

¿QUÉ VES CUANDO ME VES? IMÁGENES DE MUJERES Y MODOS DE VER HEGEMÓNICOS

*Carolina Justo von Lurzer (Universidad de Buenos Aires / CONICET),
Carolina Spataro (Universidad Nacional de San Martín / Universidad de Buenos Aires /
CONICET) y Mauro Vázquez (Universidad Nacional de General Sarmiento /
Universidad de Buenos Aires / CONICET) - Argentina
justocarolina@yahoo.com.ar*

Resumen

El presente trabajo forma parte del desarrollo de nuestras tesis de Maestría en Comunicación y Cultura (UBA), y se propone indagar sobre las maneras en las que los cuerpos de las mujeres son percibidos y representados, retomando la afirmación de Bourdieu (2000) que sostiene que el cuerpo de la mujer se ha construido culturalmente como un cuerpo-para-otro, incesantemente expuesto a la objetividad operada por la mirada y el discurso de los otros, varones. El modo en el que percibimos no es natural y su configuración se vincula con ciertos esquemas de percepción construidos cultural e históricamente. Como sostiene Berger (2000), lo visible no existe en ninguna parte ya que no es más que un conjunto de imágenes que el ojo crea al mirar. De esta manera, “la realidad se hace visible al ser percibida”.

Es en este marco que el presente trabajo se propone problematizar algunas de las características observables en los modos de representación de los cuerpos de las mujeres, en particular, en los mensajes de las industrias culturales contemporáneas. En este sentido, intentaremos esbozar un mapa posible para el análisis crítico de lo que consideramos constituyen las formas de percepción/representación hegemónicas sobre los cuerpos de las mujeres.

Palabras clave: cuerpo, representaciones, género.

Ser, cuando se trata de las mujeres, es ser
percibido por la mirada masculina o por una mirada
habitada por las categorías masculinas.

(Bourdieu, 2000: 123)

El modo en el que percibimos no es natural, y su configuración se vincula con ciertos esquemas de percepción construidos cultural e históricamente. Como sostiene Berger, lo visible no existe en ninguna parte ya que no es más que un conjunto de imágenes que el ojo crea al mirar. De esta manera, “la realidad se hace visible al ser percibida” (1).

Es en este marco que el presente trabajo se propone problematizar algunas de las características observables en los modos de representación de los cuerpos de las mujeres, en particular, en los mensajes de las industrias culturales contemporáneas. En este sentido, intentaremos esbozar un mapa posible para el análisis crítico de lo que consideramos constituyen las formas de percepción/representación hegemónicas sobre los cuerpos de las mujeres.

Esto resulta fundamental en tanto, por supuesto, las concepciones sobre el cuerpo y sobre las mujeres (así como sobre la percepción/representación) no son naturales ni eternas, aun cuando así se (re)presenten. Como sostiene de Beauvoir “es preciso repetir una vez más que, en la colectividad humana, nada es natural, y que, entre otras cosas, la mujer es un producto elaborado por la civilización: la intervención de otro en su destino es original; si esa acción

estuviese dirigida de otro modo, desembocaría en un resultado absolutamente diferente” (2). Por eso, ese *otro* productor del que habla de Beauvoir nos implica de lleno en las relaciones de dominación de género, fundamentales al momento de entender los modos de percepción/representación de la mujer.

Si la naturaleza no es un dato inmutable, lo que se construya a partir de ella es producto de la cultura y, en consecuencia, posible de ser modificado, contrariado, repensado. Porque, como afirma Barrancos, “decir que los cuerpos poseen una objetividad (fisiológica, hormonal, etc.) independientemente de cualquier consideración ideológica, sólo es una expresión de ciertos modos actuales de mirar y controlar los cuerpos (...) No es la anatomía en sí misma la que hace posible una experiencia histórica, sino las concepciones del momento que interpretan la carne y a través de las cuales se vive y siente a los cuerpos” (3).

En la configuración de esas concepciones interpretativas, lo que vemos y el modo como lo hacemos cumple un papel significativo. La *realidad* no se nos (re)presenta en su esencia, a través de la exposición ante la vista de sus propiedades naturales. Es en su relación con los esquemas (sociales) de percepción que esa *realidad* se vuelve inteligible. Lo mirado, entonces, no tiene que ver con una propiedad intrínseca de las cosas, con una naturaleza que se imprime “tal cual es” en la retina. Tiene que ver más bien con configuraciones culturales, sociales, económicas, que han contribuido a la constitución de lo que Berger considera un “modo de ver”.

Por eso, en este abordaje sobre la representación de la mujer en las imágenes, encontramos un punto en el que ambas, mujer e imagen, se encuentran: allí donde se hace necesario entender su carácter construido. Donde la idea de un orden natural, de la mirada y de la posición (subordinada) de la mujer en la sociedad capitalista, se vuelve cómplice de un poder que contribuye a reproducir. Pero aún más: allí donde la imagen, en el cruce entre el deseo, la propiedad, la ideología y los discursos, se convierte en una importante herramienta para la fetichización de la mujer. El lugar principal donde entender, desmenuzar y criticar su carácter de *objeto*.

Pero entre la mujer como objeto y mercancía existe el fetiche, una relación *fantasmagórica* que recubre el deseo. Marx entiende el fetichismo de la mercancía como un *quid pro quo*, el reemplazo de una cosa por otra, donde las relaciones entre objetos, cosas (entre mercancías, sus valores de cambio), reemplaza, esconde, oscurece, las relaciones que se dan entre los productores. En palabras de Marx: “lo que aquí adopta, para los hombres, la forma fantasmagórica de una relación entre cosas, es sólo la relación social determinada existente entre ellos” (4). Una relación de explotación de una clase por otra, agregaría Marx. Pero también una relación –a la vez de explotación y de dominación– que no es sólo *entre hombres*. Cuando el objeto, la mercancía, la cosa –encerrada en esa figura retórica llamada fetichismo– es una mujer, la relación *entre hombres* por lo menos se vuelve problemática. Si, como señala Grunner, el fetichismo de la mercancía es ese “proceso de índole *religioso* por el cual la idolatría del objeto impedía al sujeto percibir la intrincada –y a veces sangrienta– red de relaciones sociales de poder y dominación que habían hecho posible la producción y

acumulación de objetos para compravender” (5), dentro de esas relaciones de poder no estaban percibidas, como señalamos, las de género.

Pensar las formas de objetificación del cuerpo de la mujer implica también preguntarnos por las operaciones de esencialización, naturalización y universalización que hacen de ese cuerpo un estereotipo, una imagen fija que se vuelve patrón de lectura de *todos* los cuerpos de mujer. Nos proponemos, entonces, problematizar la relación entre un modo hegemónico de representación del cuerpo femenino y la producción/reproducción de la forma hegemónica de inteligibilidad de los cuerpos sexuados a través del género. De esta manera, resulta necesario recuperar el problema de la ideología, su inscripción en los cuerpos y su rol en los modos de percepción/ representación de los mismos.

Algunas consideraciones previas

De las múltiples acepciones que ha ido adoptando la noción de ideología, tomaremos para este trabajo aquella que la considera como el proceso general de la producción de significados e ideas. Más específicamente, como “la dimensión de la experiencia social en la que se producen los significados y los valores” (Williams, 6). En este sentido, es fundamental detenernos tanto en la producción de significados en términos de modos de inteligibilidad del mundo, como en el hecho de que esos esquemas de percepción constituyen una dimensión esencial de la experiencia social.

Dado que en el presente trabajo nos ocuparemos de los sentidos asociados al cuerpo de las mujeres, este modo de comprender la ideología se vuelve útil (y necesario) en tanto “establece que no sólo no existe ningún sentido ‘natural’ inherente a un suceso o a un objeto sino también que los sentidos dentro de los cuales se construyen los sucesos y los objetos están socialmente orientados, alineados por clase, género, raza u otro tipo de intereses” (7).

No puede pensarse, por tanto, algo así como una realidad externa en estado puro, sino siempre mediada por operaciones ideológicas que configuran sus sentidos sociales. Una de las operaciones ideológicas por excelencia es la mistificación, es decir, la naturalización, deshistorización y universalización de los fenómenos y de los sujetos sociales. Este mecanismo es claro en el caso de las jerarquías de género que encuentran legitimidad social en una supuesta naturaleza biológica incontestable: la diferencia sexual. La mistificación le quita a cualquier fenómeno “el sentido indicativo de una realidad social que dicho fenómeno podría tener, asignando a este fenómeno una explicación que oculta las contradicciones del sistema” (8).

Dichas contradicciones, las luchas, los conflictos que forman parte de la historia de los procesos sociales quedan reducidos, unificados unívocamente bajo los sentidos universalmente postulados por las clases hegemónicas como naturales. De allí que Eagleton, siguiendo seguramente los planteos de Voloshinov, sostenga que “la ideología se refiere específicamente a la forma en que las luchas de poder se libran en el nivel de la significación” (9).

Ello implica pensar la ideología no como la versión “incorrecta” de la realidad, sino como una versión reducida, “interesada” y –sobre todo– hegemónica de la realidad. Introducir la noción de hegemonía es fundamental para inscribir los sentidos y valores sociales en el marco de la experiencia de los sujetos, ya no como una “imposición”, como una *conciencia falsa*, sino como parte de la relación del sujeto con sus propias condiciones de existencia. Dirá Althusser, *una representación de la relación imaginaria de los individuos con sus condiciones reales de existencia*.

Es aquí donde cobra central importancia la relación de los individuos con su propio cuerpo (con el cuerpo de los otros y, en especial, con el cuerpo legítimo) en la constitución de su subjetividad. Los esquemas de percepción, valoración y acción a los que hemos estado refiriendo como ideología son *in-corporados* a través de las experiencias acumuladas del individuo, vuelto ya –en ese proceso– sujeto o agente de su propia experiencia. *Estructura estructurada estructurante* dirá Bourdieu para referirse al conjunto de estos esquemas que conforman el *habitus* (10). El sentido común se vuelve sentido práctico; modo de inteligibilidad hegemónico a través del cual el sujeto (encarnado) es en el mundo.

Así, las clasificaciones sociales de género se naturalizan en forma de divisiones en los cuerpos, de *hélix* corporales (11), es decir, en forma de disposiciones corporales hegemónicas para las mujeres y los hombres que se traducen en características de masculinidad y feminidad (maneras de andar, hablar, comportarse, mirar, sentarse, etc.). Los modos en que los cuerpos son representados/percibidos (vividos) constituyen un eje fundamental en el proceso de subjetivación de los individuos.

Ahora bien, si hemos introducido la noción de hegemonía es precisamente porque ese proceso de subjetivación no se da de una vez y para siempre, sino que se construye y reconstruye cotidianamente en la experiencia, en el contacto con la realidad social y con los discursos e imágenes que le dan sentido. Incluso, la constante emergencia de identidades y prácticas no hegemónicas pone de manifiesto la posibilidad de que se produzcan corrimientos, modificaciones, subversiones en los sentidos dominantes. “Mientras las clases dominantes aspiran a legitimar y hacer operar su nivel de verdad u opinión como un signo monológico, los marginados, los oprimidos, los otros [social, racial o sexual] conscientes de su opresión, luchan por liberar al signo” (12). La toma de conciencia a la que refiere Voloshinov sólo es posible a partir de una lectura a contrapelo, dialógica, que recupere la multiplicidad de sentidos posibles, la pluralidad de voces presentes (pero opacadas) en los discursos sociales.

Consideramos, entonces, que es necesario retomar este doble carácter de la ideología para el análisis de los sentidos sociales que se juegan en la representación/percepción del cuerpo de las mujeres: por un lado, no perder de vista que estos sentidos no son naturales y que para consolidarse como hegemónicos se inscriben durablemente en los cuerpos volviéndose categorías de percepción *también* para los sectores subalternos; por otro, tener presente que, precisamente por no ser naturales, todos los sentidos sociales están sujetos a transformación si son puestos en relación con las matrices estructurales que los producen y contribuyen a reproducir.

Desde otra perspectiva, Judith Butler sostiene que “el género es la estilización repetida del cuerpo, una serie de actos repetidos –dentro de un marco regulador muy rígido– que se congela en el tiempo para producir la apariencia de sustancia, de una especie natural de ser” (13). Es este “congelamiento”, nuevamente deshistorización, lo que debe ser movilizado. Desestructurar las clasificaciones sociales plasmadas en los discursos e imágenes que se producen y circulan a través de las industrias culturales y que se presentan como patrones estables de representación/percepción.

Cuerpo-para-otro

Si entendemos, con Berger, que “nunca miramos sólo una cosa; siempre miramos la relación entre las cosas y nosotros mismos” (14), que la forma de esa acción es la de un diálogo, “una naturaleza recíproca”, es importante destacar la superficie, el espacio de esa charla, de ese diálogo visual: el cuerpo. Y hay más de un cuerpo en juego en esos modos de ver en relación con la feminidad.

En primer lugar, el cuerpo vidente. Para Merleau-Ponty hay que pensar la visión no “como una operación de pensamiento que levantaría ante el espíritu un cuadro o una representación del mundo, un mundo de la inmanencia y de la idealidad” (15), sino a la inversa, al cuerpo a la vez como vidente y visible, y como parte de ese mundo que es observado. “Sumergido en lo visible por su cuerpo, siendo él mismo visible, el vidente no se apropia de lo que ve: sólo se acerca por la mirada, se abre al mundo”, señala Merleau-Ponty. En ese instante de la relación del cuerpo con el mundo, en la dificultad de –en contra de un pensamiento ligado a la ciencia objetivista– desligar, desunir a uno del otro, pensamos ese cuerpo. Un *religar* que implica que el “cuerpo está en el número de las cosas, es una de ellas, pertenece al tejido del mundo y su cohesión es la de una cosa”.

Pero también hay otro cuerpo. Un cuerpo que sirve de objeto, y en ese sentido, es necesario observar cómo se transforma a ese *vidente-visible* en un objeto *ex-puesto*. Podemos pensar, junto con Bourdieu, cómo “todo en la génesis del hábito femenino y en las condiciones sociales de su actualización, contribuye a hacer de la experiencia femenina del cuerpo el límite de la experiencia universal del cuerpo-para-otro, incesantemente expuesta a la objetividad operada por la mirada y el discurso de los otros” (16).

Y en relación con lo dicho hasta aquí es necesario hacer una aclaración: si bien coincidimos con Lamas cuando sostiene que “el cuerpo es la primera evidencia incontrovertible de la diferencia humana” (17), creemos que es importante pensar acerca de esta especificidad del cuerpo femenino, no sólo ser diferente del otro y ser por el otro en esa diferencia que es constitutiva de cualquier identidad, sino en la particularidad de ser *para* el otro.

Continuando en esta línea, Berger señala que este proceso es interiorizado por las mujeres, quienes consideran que la *examinante* y la *examinada* (*vidente-visible*) que hay en ellas son dos elementos constituyentes, pero siempre distintos, de su identidad como mujer. “Su propio sentido de ser ella misma es suplantado por el sentido de ser apreciada como tal por otro” (18). En esta línea, puede pensarse a las mujeres como objetos simbólicos cuyo ser es un *ser*

percibido: “Existen fundamentalmente por y para la mirada de los demás, es decir, en cuanto *objetos* acogedores, atractivos, disponibles” (19). Esto implica, necesariamente, una situación de subordinación y violencia simbólica en tanto las mujeres son definidas y se definen a sí mismas a través de las categorías dominantes en las jerarquías de género; a través de la matriz cultural heterosexual. Como sostiene Arfuch, “la mujer como objeto de deseo se despliega atrapada en la trampa voyeurística: su imagen sería el objeto más fetichizado del cine [y podría agregarse, de los mass-media en general]” (20).

Las mujeres son pensadas y representadas de un modo completamente distinto a los hombres, “y no porque lo femenino sea distinto a lo masculino, sino porque siempre se supone que el espectador ‘ideal’ es varón y la imagen de la mujer está destinada a adularle” (21). Hemos visto que no es natural ni la mirada, ni lo mirado y por ello nos interesa desarrollar no sólo la arbitrariedad de la mirada y la posición social de la mujer, sino también su construcción como *objeto* de una mirada específica (masculina). Como objeto, a la vez, de deseo y propiedad; producto de unas determinadas relaciones de dominación.

Por ello el problema de la mirada, en este caso, también es un problema sobre las relaciones de género, “acerca de cómo los sentidos subjetivos y colectivos de mujer y hombre, como categorías de identidad, han sido construidos” (22). Y esta relación es una relación de género porque el significado de lo femenino en contextos sociales y culturales determinados debe tener en cuenta que la información sobre las mujeres es necesariamente información sobre los hombres, que un estudio implica al otro, en una lógica en la que el género es un campo por medio del cual se articula el poder.

Lejos de pensarse como un arbitrario cultural, la división entre los sexos parece estar “en el orden de las cosas”, al decir de Bourdieu, para referirse a lo que es normal y natural hasta el punto de ser inevitable: “se presenta a un tiempo, en su estado objetivo, tanto en las cosas como en el mundo social y, en estado incorporado, en los cuerpos y en los hábitos de sus agentes, que funcionan como sistemas de esquemas de percepciones, tanto de pensamiento como de acción” (23). De esta manera, el orden social funciona como una inmensa máquina simbólica que tiende a ratificar la dominación masculina en la que se apoya: en la división sexual del trabajo; en la estructura del espacio, con la oposición entre lugares públicos y privados y en la estructura del tiempo, vinculada a los largos períodos de gestación femeninos. Ahora bien, la eficacia de estas diferencias construidas culturalmente se apoya en datos biológicos que sirven de insumos para definiciones esencialistas: “La diferencia anatómica entre los órganos sexuales puede aparecer de ese modo como la justificación natural de la diferencia socialmente establecida entre los sexos, y en especial de la división del trabajo” (24). De esta manera, la fuerza de la dominación masculina procede de la acumulación de dos operaciones: “legítima una relación de dominación inscribiéndola en una naturaleza biológica que es en sí misma una construcción social naturalizada”.

Aquí resulta importante recuperar el planteo de Sherry Ortner en relación con la causa de subordinación de las mujeres. Para la autora, las mujeres han sido relegadas a un segundo plano en tanto han sido consideradas más próximas a la naturaleza; algo que todas las culturas

entienden que pertenece a un orden de existencia inferior. Esto se revela no sólo en la diferencia de naturaleza biológica antes mencionada, sino especialmente en las funciones corporales reproductivas (en toda la amplitud que implica procreación, gestación y posterior cuidado de los niños); en las funciones domésticas a las que quedará por ello vinculada, relacionadas con la satisfacción de necesidades vitales primarias; así como a características psicológicas “propias” de esa naturaleza corporal y de sus funciones corporales (sociales). “(...) no quiere decir que los hechos biológicos sean irrelevantes ni que hombres y mujeres no sean distintos, sino que estos hechos sólo adoptan la significación de superior/inferior dentro del entramado culturalmente definido del sistema de valores” (25).

Es a partir de estas concepciones que, desde diferentes áreas y en diversos momentos, se pronunciaron discursos que han ratificado la división sexual anteriormente señalada. Podríamos pensar estos discursos en línea con lo que Foucault (26) denominó “histerización del cuerpo de la mujer” como uno de los procedimientos centrales del dispositivo de sexualidad. La medicina, por ejemplo, edificó un poder que le permitió asentar interpretaciones hegemónicas, asociando la feminidad con ciertas características corporales, generando afirmaciones imperativas que sostenían lo que las mujeres debían hacer y aquello que era incorrecto. Asimismo, el discurso religioso vinculó “lo femenino” con la castidad, la piedad, la abnegación y la dulzura. A su vez, la exaltación de la función maternal por parte de la Iglesia, al igual que la medicina, sustentaba el confinamiento de la mujer a la esfera privada. Pero la subordinación también era establecida a través de la concepción esencialista que consideraba al sexo femenino naturalmente incapacitado para realizar tareas y ocupar roles vinculados con el ejercicio del poder.

Precisamente por ello es fundamental recuperar para el análisis la noción de género, entendida como una construcción simbólica establecida sobre los datos de la diferencia sexual (...) un resultado de la producción de normas culturales sobre el comportamiento de los hombres y las mujeres, mediado por la compleja interacción de un amplio espectro de instituciones económicas, sociales, políticas y religiosas (27). Por supuesto, en tanto las industrias culturales tienen un rol central en la conformación de imaginarios sociales (28) es fundamental comprender cómo inciden las lógicas de género en la producción de los mensajes que estas industrias ponen en circulación cotidianamente.

Cuerpo objeto (de deseo)

Por supuesto, los modos de percepción/representación son históricos y también lo es la configuración del cuerpo de la mujer como objeto (de deseo). En ese sentido, sostiene Higonnet que la representación pictórica de la mujer a principios del siglo XVIII las convertía en meros “maniqués estáticos e inexpresivos” (29) que mostraban detalles de ropas en ambientes tipificados como femeninos: el interior de la casa, el jardín, las vacaciones de la familia, la iglesia, etc. Esta representación “no se refería a una individualidad psicológica, sino a un espectáculo de feminidad constituido por el lugar y la vestimenta”. Como sostiene Arfuch, “si la invención de la mujer como imagen alcanza en la sociedad de consumo su punto culminante, la

representación del cuerpo femenino, generalmente investido de valores simbólicos, se remonta a varios milenios. Este recorrido antiquísimo es inabarcable: pequeñas deidades, emblemas de fertilidad, figuras nutrias, encarnaciones de la naturaleza, diosas del Olimpo, musas inspiradoras, vírgenes, y más modernamente, símbolos de la república, la libertad, la patria, la justicia” (30).

Pero el final del siglo XIX trajo aparejado el crecimiento de la economía mercantil y del capitalismo, y en ese caso las imágenes sobre mujeres cambiaron de estatuto. No es casual que en ese momento se produjera la postulación (icónica) de la mujer como objeto (de deseo) en la economía de las imágenes.

Para Simone de Beauvoir una de las consecuencias de la dominación masculina fue la de fijar a la mujer “como objeto y consagrarla a la inmanencia, puesto que su trascendencia será perpetuamente trascendida por una conciencia esencial y soberana” (31). Objeto de la mirada, la política, la acción y la representación masculina. El punto es cómo la industria cultural retoma esa representación de la mujer como objeto, como un sujeto inmanente. Para Higonnet hay un momento en que, con el avance del comercio de la publicidad a finales del siglo XIX, surgen una serie de imágenes (fotografías sobre todo) donde la mujer aparece como “objeto de visión, es decir, como espectáculo”, y, más precisamente, como “objeto sexual de consumo”. Objeto de una mirada, en primer lugar, masculina pero, también, propietaria.

Es que al ver, al mirar, y al fijar, la imagen convierte al que mira en propietario. Como sostiene Berger, “mirar es un acto voluntario como resultado del cual lo que vemos queda a nuestro alcance, aunque no necesariamente al alcance de nuestro brazo” (32). Como Berger lo demuestra con el nacimiento de la pintura al óleo, esa representación de la mujer se ve envuelta con el surgimiento del cuadro, de los objetos, como objetos intercambiables, como mercancía, ligados al ascenso del capitalismo, a la igualación de los objetos en el valor de cambio y su transformación en mercancías. Berger también marca que la desnudez de la mujer no expresa sus sentimientos sino que *es un signo de sumisión a los sentimientos o las demandas del propietario*. Doble propietario: del objeto y del cuadro, de la mujer y de la imagen, de la desnudez y de la mirada. En el momento de constitución de esa doble apropiación aparece el salto cuantitativo (y cualitativo), que significó la aparición de los medios masivos de comunicación, y sobre todo, su caracterización como industrias culturales. De esta manera, inferimos que las modalidades que se analizarán a continuación forman parte de un imaginario construido y reforzado por diferentes instituciones durante el transcurso de la historia.

Es necesario indagar específicamente entonces sobre el papel de las industrias culturales contemporáneas en esa operación de configuración de los “modos de ver”. Su estudio es significativo ya que, como sostiene Mattelart, hay un “amplio margen de zonas aparentemente neutras que el consenso general admite como naturales, es decir, incontaminadas e incontaminables por los intereses de clase –y nosotros podríamos agregar, de la dominación masculina–. Ahora bien, son estas zonas intermedias, en apariencia sin peso ideológico, las

que configuran los rasgos de la personalidad burguesa y pactan a fin de cuentas con la dominación de la clase dominante” (33).

De allí su importancia para analizar, por un lado, la subordinación propia del género femenino; y, por otro, las diferentes variables que, en nuestro caso, ubican a las problemáticas que constituyen nuestros objetos de estudio en lugares subordinados de múltiples maneras. Como sostiene Butler “el género se intersecta con modalidades raciales, de clase, étnicas, sexuales y regionales de identidades discursivamente constituidas” (34).

Tres problemáticas, varias continuidades

Quienes escribimos el presente texto nos encontramos abordando diferentes problemáticas: “Modos de configuración de la feminidad de mujeres jóvenes de sectores populares”, “Modos de representación, autorrepresentación y organización de las mujeres que ejercen la prostitución”, y los “Modos de discriminación e invisibilización de las mujeres migrantes regionales”, que requieren ser leídas a partir de una multiplicidad de ejes de desigualdad (etnia, franja etaria, clase, sexualidad, etc.), pero que confluyen en la impronta que la subordinación de género tiene sobre su configuración. A su vez, en tanto en los tres casos trabajamos las problemáticas desde una perspectiva comunicacional no podemos dejar de considerar las construcciones sociales de sentido, las diversas matrices discursivas, los imaginarios, etcétera, que se producen, circulan y reproducen como parte constitutiva de las propias problemáticas que nos ocupan.

Las industrias culturales, los medios masivos en particular, constituyen –como hemos mencionado– un lugar privilegiado de producción, circulación y reproducción de sentidos sociales. Por ello, el objetivo de este apartado es el de hacer algunas reflexiones preliminares acerca de la forma en que lo que hemos denominado un “modo de ver” (percibir/ representar) el cuerpo de la mujer hegemónico, puede observarse en algunas operaciones específicas a través de las que las tres problemáticas mencionadas son (re)presentadas en los mensajes de las industrias culturales.

Nuestra intención es que lo expuesto hasta aquí nos permita abrir la reflexión sobre nuestras temáticas incorporando nuevos interrogantes: ¿cómo se muestran los cuerpos de estas mujeres?, ¿qué características se remarcan?, ¿cómo se refuerza y/o problematiza su subordinación?, ¿cuáles son las características del cuerpo hegemónico (que opera como referente)?; ¿cuáles las del subalterno?; ¿qué se invisibiliza?, entre otras.

Cuerpos disponibles

Como se ha señalado a lo largo del trabajo, el cuerpo de la mujer ha sido históricamente construido como un cuerpo para otro y ha sido representado, en muchos casos, como objeto u ornamento erótico. Sin embargo, a fines de la década del noventa surgió en la Argentina un modo más explícito y violento de hablar de ellas. La cumbia *villera* no sólo introdujo tópicos vinculados al delito y al consumo de drogas, sino que también presentó a las mujeres como un

objeto a disposición de los deseos de los varones. Pero ¿cuáles eran los decibles de las mujeres en esas líricas?

El lugar de las mujeres dentro de este subgénero de la cumbia está definido por las prácticas que a ellas se les adjudican: *chupar*, *menear*, *cabecear* y *abrir las piernas* son los verbos que aparecen con frecuencia en las letras. Este discurso muestra a un cuerpo que adquiere representatividad sólo para darle placer a un hombre, o a varios.

En continuidad, las partes del cuerpo femenino que se mencionan también remiten al mismo sentido: la vagina y la cola de las mujeres. En esos textos, las partes sexuales son continuamente puestas en primer plano en el discurso. De esta manera, las imágenes de la cumbia villera son siempre las mismas: mujeres que abren las piernas, practican sexo oral y mueven la cola, hombres que las apoyan y se calientan. Se construye una cadena equivalencial a partir del significante “mujer” detrás del cual se encadenan las palabras que sirven para definirlo que, como venimos señalando, refieren a acciones o regiones corporales. Así, se cierra el sentido y se imprime una representación que ubica a la mujer en un lugar de objeto para ser consumido y mostrado.

A su vez, las jóvenes son convocadas desde el discurso en un espacio de preponderante pasividad sexual. El goce no es para ellas, sino para ellos: no es la sexualidad ni el deseo femenino los que se representan, sino los de los varones, en un discurso de pura masculinidad que no deja lugar a la voz de las mujeres.

Ahora bien, ¿quién es el narrador en estas líricas?: parece ser que el “hombre de la cumbia villera” es un joven de mediana edad, que describe a las mujeres como “fáciles”, atrevidas, que se muestran y se “entregan” para darle placer a un hombre (o a varios). Además, el/los narrador/es señalan lo que ellas saben hacer: “lo tuyo es la francesa”, dicen, haciendo una clara mención al sexo oral. “Lo único que les sale bien” a las mujeres es, para las letras de cumbia villera, darles placer a los hombres.

Como sostiene Castro Ricalde “la erotización del cuerpo es una de las vías modelizadoras del deseo. La publicidad, las imágenes que aparecen en los distintos géneros televisivos y audiovisuales en general, simula una apertura que no existe, en términos conceptuales: al acercamiento del objetivo de la cámara televisiva y cinematográfica a ciertos fragmentos del cuerpo desnudo, le corresponde un imaginario específico, altamente ideologizado” (35). Imaginario vinculado, como ya se mencionara, con la fetichización del cuerpo de la mujer, su objetificación y la naturalización de sus prácticas, siempre en relación con un otro que las define y “encierra” en lugar de mero objeto para ser consumido, en una relación de poder que está claramente configurada por el género.

Cuerpos con precio pero sin valor

Las operaciones de sexualización y erotización del cuerpo de la mujer se ven claramente en el caso de las jóvenes de sectores populares objeto de las líricas de la cumbia villera: la esencialización y la reducción de la existencia (femenina) sólo a algunos atributos, acciones y relaciones sexuales (con los varones y para ello).

Es por ello que, aun cuando este tipo de operaciones también funcionan en relación con las imágenes sobre mujeres que ejercen la prostitución, nos centraremos en algunas otras características de los modos en que son representadas por las industrias culturales (fundamentalmente la televisión y la prensa gráfica).

En principio, es fundamental recuperar dos procedimientos: la criminalización y la individualización. En el primer caso hacemos referencia a los modos de representación producidos desde matrices jurídicas o morales y que implican la construcción de la actividad en términos de ilegalidad y, especialmente, de ilegitimidad. La prostitución se constituye como una práctica sexual ilegítima, no normativa, y los cuerpos que la encarnan son, por ende, cuerpos de los márgenes; los “otros cuerpos” que conforman el exterior constitutivo de las sexualidades legítimas. Las perversas, las promiscuas, de las malas las peores. Pero a la vez, supuestas dueñas de una sexualidad construida como más erotizante que aquella que se da en el marco del matrimonio heterosexual, precisamente por expresar la tensión entre prohibición y transgresión.

Las “putas” de la televisión y de la prensa gráfica son presentadas como criminales o como víctimas. En cualquier caso, sus “historias” son presentadas como “trayectorias individuales”, producto de la elección, del vicio o del infortunio pero sin mayor referencia a las causas materiales de sus condiciones de existencia. No desconocemos las visiones que remiten de una u otra manera a causas estructurales, pero la idea de “necesidades económicas” desde la que suelen estar tematizadas, vuelve a remitir a una coyuntura individual, instalando la problemática en una pura casuística populista, donde lo que cambia no son los procedimientos sino el nivel de condescendencia.

En ese sentido, es importante señalar que esos cuerpos prostituidos, desbordantes de sexualidad y miseria, habitantes de la calle y la noche, son traídos a primer plano para narrar una experiencia siempre individual. La construcción de una identidad política (trabajadoras sexuales o mujeres en situación de prostitución); la remisión a niveles de organización, etcétera, están ausentes de los modos de representación hegemónicos.

Incluso cuando “la puta” no es representada en forma directa, los mismos estereotipos estigmatizantes son utilizados como patrón de referencia de otros discursos: es uno de los insultos clásicos, por ejemplo, en las disputas de la farándula revisteril vernácula. Esto no es casual si consideramos el grado que ha alcanzado la sexualización de la mujer en los diversos formatos de entretenimiento y en la publicidad misma: una mujer desbordante, obscena, disponible, cuya específica distancia de las mujeres que se prostituyen es la posibilidad de aún decir, en la práctica, *no*.

Cuerpos negados

Pero el recorrido que hicimos para deconstruir la naturalizada imagen de la mujer como objeto de deseo de la mirada (masculina), también tiene sus cuerpos negados. Hablar sobre el cuerpo de las mujeres migrantes muchas veces es hablar sobre una falta, y otras, sobre una negación.

Las visiones sobre inmigrantes no suelen ser positivas en nuestra sociedad. Halpern señala la profunda relación que se dio entre el Estado y los medios de comunicación en la tipificación y negación (o en la tipificación negativa) de los migrantes regionales en las últimas décadas. Esa operación conjunta produjo así una “visibilización del inmigrante regional en la Argentina” (36) sobre la base de tres, si se quiere, tópicos: ligando al inmigrante con el cólera, la desocupación y el aumento de la delincuencia. Esto tenía que ver, por un lado, con la construcción estatal del inmigrante, pero también, con su objetivación como hecho “noticiable”, es decir, “como un fenómeno novedoso, masivo, incontrolable y peligroso”. Su presencia era una amenaza, una *invasión* (37). El inmigrante regional, precisamente, fue construido así como sujeto (peligroso) y como noticia (sensacionalista), paralelamente en los medios y por parte del Estado. Una visibilidad del inmigrante signada por la negatividad. En ese contexto la mujer (migrante) no corre mejor suerte.

Incluso podríamos señalar que el cuerpo de la mujer inmigrante (boliviana, especialmente) sólo se hace visible (noticiable) al momento de la muerte, del asesinato: arrojada de un tren en Avellaneda, descuartizada en Villa Lugano, o carbonizada en un taller textil clandestino de Caballito. Esto aparece como si la única forma de visibilización de su cuerpo fuera la muerte. Entre esas miradas, en sentido amplio, negativas, discriminatorias (o, en el caso del cuerpo de las mujeres, extremas), el problema de su caracterización como objeto de la mirada se vuelve casi imposible.

Pero, por otro lado, ese cuerpo de la mujer boliviana aparece como metáfora de lo desagradable, de lo antiestético, del cuerpo que funciona como *otro* del cuerpo bello, del cuerpo de la mujer construido, como hemos analizado, como objeto del deseo de una mirada masculina. Es el cuerpo desplazado por la mirada (por ese juego de la percepción/representación que analizamos), abandonado en los estereotipos de la vendedora de la calle o la verdulera. Así, en este camino que hicimos por las formas de percepción/representación de la mujer como objeto nos encontramos con el límite de la belleza, su necesaria contrapartida. Ahí encontramos lo otro de esa mirada: los cuerpos no deseados (representados) por esa mirada.

Aunque podríamos destacar un ejemplo particular en la industria cultural que justifique la regla. En el programa “Bien tarde” que conduce Fabián Gianola por Telefé todos los días después de medianoche, aparece la representación de una mujer migrante. Delys Ferreira, una ex miss Playboy Paraguay, representa un estereotipo vinculado a las mujeres migrantes: el de la mucama. Mucama semidesnuda, que resalta el tono del habla paraguaya, la relación patrón-empleada, pero que a la vez se transforma en objeto de deseo de la mirada masculina del conductor y de los televidentes. Como si fuera el único modo posible ese: el de erotizar una fantasía de posesión, de poder, vinculada a las relaciones laborales etnificadas de la ciudad de Buenos Aires.

Como vimos, y salvo la última excepción, el cuerpo de la mujer migrante no sólo no es objeto de una mirada, sino que lo es de una mirada negativa. Cuerpo objeto de la mirada despectiva; cuerpo narrado, incluso, solo en su muerte. Entre la muerte y la fealdad, la mirada dominante

también puede invisibilizar. Porque, en relación con el cuerpo, hay algo más invisibilizado: la función de ese cuerpo negado, y hasta ocultado. Así, el cuerpo de la mujer migrante puede ser leído en este derrotero que va del cuerpo como objeto de deseo (en este caso, no deseado) al cuerpo como objeto productivo: de la mujer objeto a la mujer doméstica o tallerista. Es que el cuerpo de la mujer boliviana, particularmente, es objeto de una reificación aun mayor: la de que su cuerpo se convierta en un objeto más de la cadena de sobreexplotación. Según Wallerstein, la “etnificación de la fuerza de trabajo” es un modo de establecer “jerarquías de profesiones y remuneraciones” que, con el fin de la reproducción del capital, le asigna a un sector de la sociedad los peores sueldos y trabajos (38). Lo que produce principalmente es “ampliar o contener, según las necesidades del momento, el número de individuos disponibles para los cometidos económicos peor pagados y menos gratificantes en un ámbito espacio-temporal concreto”. Pero esa etnificación tiene también su marca de género: la de ese cuerpo de mujer asignado a esos puestos de trabajo. Un cuerpo convertido en objeto pero no de una mirada. O, mejor dicho, de una mirada ciega que niega la sobreexplotación de ese cuerpo hasta en su muerte (asesinato) trágica. Límite del objeto de deseo.

A modo de cierre

Este recorrido nos permitió analizar las formas en que esa percepción/representación de la mujer como objeto no es una simple consecuencia de la naturaleza biológica ni tampoco un mero reflejo de una realidad exterior. Hay toda una construcción cultural e ideológica, marcada por relaciones de dominación de género. Como señala Bourdieu: Reconocer que toda obra legítima tiende *en realidad* a imponer las normas de su propia percepción, y que define tácitamente como único legítimo el modo de percepción que establece cierta disposición y cierta competencia, no es constituir en esencia un modo de percepción particular (...) sino hacer constar el hecho de que todos los agentes, lo quieran o no, tengan o no tengan los medios de acomodarse a ello, se encuentran objetivamente medidos con estas normas (39).

En el caso de la representación de las mujeres, la norma de su percepción las ubica, como señaláramos, como un cuerpo para otro: existe *por* y *para* la mirada de los demás, configurando así una situación de subordinación y violencia simbólica estructurada a partir del género. Producto de estas relaciones de dominación, su cuerpo se convierte en objeto de deseo y propiedad. Y en este contexto, las industrias culturales, tal como se ha mencionado, cumplen un papel fundamental en la configuración de estos sentidos sociales: mostrando cuerpos disponibles, como objetos para ser consumidos y mostrados; escenificando cuerpos individuales y criminalizados; como así también cuerpos etnificados y sobreexplotados. Cuerpos que tienen, al menos, dos puntos en común: son femeninos y pobres. Y así, los mensajes de las industrias culturales legitiman, producen y reproducen la dominación sobre esos cuerpos.

Notas

Este trabajo fue publicado originalmente en *Question* N° 18, en junio de 2008.

- 1) Berger, John (2000): *Modos de ver*, Barcelona: Gustavo Gili, p 7.
- 2) Beauvoir, Simone de ([1949] 1999): *El segundo sexo*, Buenos Aires, Sudamericana, pp. 718-719.
- 3) Barrancos, Dora (2000): "Presentación", en Omar Acha (comp.): *Cuerpos, géneros e identidades. Estudios de Historia de género en Argentina*, Buenos Aires, Ediciones del Signo, p.15.
- 4) Marx, Karl (1980): "El carácter fetichista de la mercancía y su secreto", en *El capital*, volumen I, México: Siglo XXI, p. 89.
- 5) Grünner, Eduardo (2002): *El sitio de la mirada*, Buenos Aires, Grupo Editorial Norma, p. 35.
- 6) Williams, R. (1980): *Marxismo y literatura*. Barcelona, Ediciones Península, p. 88.
- 7) Hartley, J. (1995): "Ideología" en O' Sullivan, T. (comp.): *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*, Buenos Aires, Amorrortu, p. 182.
- 8) Mattelart, Armand: "El marco del análisis ideológico", en *Los medios de comunicación de masas. La ideología de la prensa liberal en Chile*, Santiago de Chile, Ceren, Universidad Católica, 1970.
- 9) Eagleton, T. (2003) "La ideología y sus vicisitudes en el marxismo occidental" en Zizek, S.: *Ideología: un mapa de a cuestión*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, p. 219.
- 10) Bourdieu, P. (2000): *La dominación masculina*. Barcelona, Anagrama, p. 183.
- 11) Ídem, p 187.
- 12) Voloshinov, Valentin. (1992): *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Madrid, Alianza Editorial, p. 19.
- 13) Butler, Judith (2001) [1990] *El género en disputa*. México, Paidós, p. 66.
- 14) Berger, óp. cit., p 14.
- 15) Merleau-Ponty, Maurice (1977): *El ojo y el espíritu*, Buenos Aires: Paidós, p. 16.
- 16) Bourdieu, óp. cit., p. 83
- 17) Lamas, Marta (comp.): *El género. La construcción social de la diferencia*, UNAM, México, p. 340. Lamas sostiene que "la diferencia sexual tiene cierta persistencia fundante: trata de la fuente de nuestra imagen del mundo, en contraposición con otro".
- 18) Berger, óp. cit., p. 54
- 19) Bourdieu, óp. cit., p. 86
- 20) Arfuch, Leonor (1996): "Una mujer es una mujer. Notas para una semiótica de lo femenino en los medios", *Revista Mora*, N° 22, pp. 112- 124, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, p. 118.
- 21) Berger, óp. cit., p. 74.
- 22) Scott, Joan W. (1996): "El género: una categoría útil para el análisis histórico" en Lamas, Marta (comp.): *El género. La construcción social de la diferencia*, UNAM, México, p. 6.
- 23) Bourdieu, óp. cit., p. 21.
- 24) Ídem, p. 24.
- 25) Ortner, Sherry: ¿Es la mujer al hombre lo que la naturaleza con respecto a la cultura? En: Harris, Olivia y Kate Young (compiladoras). *Antropología y feminismo*. Editorial Anagrama, Barcelona, 1979. pp. 109-131.
- 26) Foucault, M. ([1976] 1999): *Historia de la sexualidad, Tomo I: La voluntad de saber*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- 27) Lamas, Marta; óp. Cit., p. 12.
- 28) "El imaginario social es una de las fuerzas reguladoras de la vida colectiva. Al igual que las demás referencias simbólicas, los imaginarios sociales no indican solamente a los individuos su pertenencia a una misma sociedad, sino que también definen, más o menos precisamente, los medios inteligibles de sus relaciones con ésta, con sus divisiones internas, con sus instituciones. De esta manera, el imaginario social es igualmente una pieza efectiva y eficaz del dispositivo de control de la vida colectiva, y en especial del ejercicio del poder." Baczkó, Bronislaw: *Los Imaginarios sociales. Memorias y esperanzas colectivas*. Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión, 1991, p. 28
- 29) Higonnet, Anne (2000): "Mujeres e imágenes. Representaciones", en *Historia de las mujeres en Occidente*. Tomo 4, Madrid, Taurus, p. 325.
- 30) Arfuch, Leonor óp. cit., p. 117.
- 31) de Beauvoir, Simone, óp. cit., p. 26.
- 32) Berger, John; óp. cit., p. 14.
- 33) Mattelart, Armand: óp. cit.
- 34) Butler, Judith; óp. cit., p. 35.

- 35) Castro Ricalde, Maricruz (1992): "El cuerpo femenino y los modelos de representación: el cine de María Novaro", en Revista *Debate Feminista*, año 3, vol. 5, p. 267.
- 36) Halpern, Gerardo (2007): "Medios de comunicación y discriminación. Apuntes sobre la década del 90 y algo más", *Boletín de la BCN. Medios y comunicación*, N° 123, Buenos Aires, Biblioteca del Congreso de la Nación, p. 153.
- 37) La revista *La Primera de la Semana* del, en ese entonces, incipiente empresario de medios Daniel Hadad publicó en el año 2000 una nota sobre inmigrantes regionales que se tituló "La invasión silenciosa".
- 38) Wallerstein, Immanuel (1991): "Universalismo, racismo y sexismo, tensiones ideológicas del capitalismo", en Balibar, Etienne y Wallerstein, Immanuel: *Raza, nación y clase*, Madrid, Iepala, p. 56.
- 39) Bourdieu, P (1988): *La distinción*. Madrid: Taurus, p. 26.

Bibliografía

- AMOSSY, R. y Herschberg-Pierrot, A. ([1997] 2001): *Estereotipos y clichés*, Buenos Aires, Eudeba.
- BEN, Pablo (2000): "Cuerpos femeninos y cuerpos abyectos. La construcción anatómica de la feminidad en la medicina argentina" en Gil Lozano, F, Ini, G. Y Pita, S. (dir.): *Historia de las mujeres en la Argentina*. Tomo I, Buenos Aires, Siglo XIX.
- BRAVO, María Cecilia y Landaburu, Alejandra (2000): "Maternidad, cuestión social y perspectiva católica" en Gil Lozano, F, Ini, G. y Pita, S. (dir.): *Historia de las mujeres en la Argentina*. Tomo I, Buenos Aires, Siglo XIX.
- ELIZALDE, Silvia (2006): "El androcentrismo en los estudios de juventud: efectos ideológicos y aperturas posibles", Revista *Última década*, N° 25, pp. 91-110, Cidpa, Valparaíso.
- HERNÁNDEZ, Pablo y Brizuela, Sofía (2000): "Conflictos en la jerarquía eclesiástica. Las dominicas de Tucumán" en Gil Lozano, F, Ini, G. Y Pita, S. (dir.): *Historia de las mujeres en la Argentina*. Tomo II, Buenos Aires, Siglo XX.
- STOLKE, V. (2004): "La mujer es puro cuento: la cultura del género", Revista *Estudios Feministas*.

CAROLINA JUSTO VON LURZER

Es Licenciada en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires. Es docente en la Carrera y en el Profesorado de Comunicación en la UBA. Maestranda en Comunicación y Cultura y Doctoranda en Ciencias Sociales en esa misma universidad. Desde el año 2007 se desempeña como becaria doctoral del CONICET con lugar de trabajo en el IIGG de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA. Su investigación se orienta hacia problemáticas vinculadas a prostitución/ trabajo sexual así como a la crítica ideológica de representaciones mediáticas sobre sexualidad.

CAROLINA SPATARO

Es Licenciada en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires (UBA), maestranda de la Maestría en Comunicación y Cultura de la Facultad de Ciencias Sociales de

la UBA y doctoranda del Doctorado en Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires. Es becaria del CONICET con sede de trabajo en el Centro de Investigaciones Etnográficas (CIE) de la Universidad Nacional de San Martín (UNSAM) y ayudante de primera en el Seminario de Cultura Popular y Cultura Masiva de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA, donde ha participado en varios proyectos de investigación. Trabaja sobre problemáticas vinculadas con las culturas populares y las cuestiones de género y ha participado en diversos congresos y jornadas internacionales y nacionales.

MAURO VAZQUEZ

Es Licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires (UBA), maestrando de la Maestría en Comunicación y Cultura de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA, y doctorando del Programa de Doctorado en Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS) y el Instituto de Desarrollo Económico y Social (IDES). Es becario del CONICET y ayudante de primera en el Seminario de Cultura Popular y Cultura Masiva de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA, donde ha participado en varios proyectos de investigación. Trabaja sobre problemáticas relacionadas con la migración y el género, y ha participado además en diversos congresos y jornadas internacionales y nacionales.