

# **EL GÉNERO en el horario familiar de la TV**

**Violeta Barrientos Silva**

---

# ¿Qué es el enfoque de género?

- Lo masculino
- Lo femenino

Como construcciones de socioculturales que se interiorizan en los cuerpos.



# La dominación masculina y la violencia de género

# La dominación masculina

- Maternidad : mujeres productoras de riqueza económica
- Consecuencias: cuerpos femeninos son traficados por los hombres durante toda la historia de la humanidad
- Predominio socioeconómico masculino
- Hombre: sujeto histórico
- Mujer : objeto histórico

# La dominación de los cuerpos

- Jerarquizada: cuerpos no hegemónicos , esclavizados: mujeres, afrodescendientes, pueblos indígenas. Sus sexualidades son o invisibilizadas o exhibidas, a lo largo de los siglos, reeditándose las discriminaciones (racismo de sangre, racismo científico).

Hombre superior – mujer inferior

Blanco lo normal – “De color” lo anormal


Heterosexual lo normal – Homosexual lo desviado

# Violencia de género

- Violencia asume diversas expresiones:
- económica (trabajo de cuidado gratis)
- sexual (violación, tráfico sexual)
- psicológica (creer en un comportamiento por ser hombre o ser mujer) : “violé porque soy varón”, “me realizaré solo casándome”.
- del uso de la imagen femenina: más visible en la pornografía y comercio sexual

# Violencia de género

- La protección masculina a las mujeres (respecto a otros hombres) deviene una dominación también.
- Las propias mujeres asumen que violencia contra ellas es natural. Por ejemplo, exhibir sus cuerpos o roles de ama de casa, sin educación ni sueldo.



¿Qué hay con lo femenino y masculino en la TV en el horario familiar?



“Premios” a las conductas que refuerzan “diferencias” (desigualdades) de género




# y roles tradicionales



# Imágenes corporales en boga y rigidez de los géneros

- Diferenciadas entre hombres y mujeres
- Muy semejantes entre hombres y entre mujeres





Masculino y femenino  
interseccionalmente  
(clase, raza y otras  
diversidades)

# La calle y el set

La imagen del canal



La imagen del "vulgo"



# Castigos y recompensas para las mujeres

**Mujer bella y fina en set**



**Mujer fea es asociada a lo marginal**





Belleza no es requerida a los hombres sino dinero



**BILLETERA MATA GALAN**

# Dominación masculina:

- Mujeres bellas pues son pobres, estuvieron fuera del mercado de trabajo. Solo tienen sus cuerpos (sexo y maternidad)

- Hombres deben tener dinero y poder. No interesan sus cuerpos pues siempre fueron sujetos.



# “Descontrol” de los estratos populares



# Masculinidad hegemónica : espectáculo delictivo



# o monopolio deportivo



# Algunas conclusiones

- Imagen hegemónica masculina proyectada como el HEROE o el ANTI-HEROE.
- Imagen femenina invisibilizada por irrelevante en el hampa.
- Imagen femenina invisibilizada en la actividad deportiva no sexualizada.



Fenómenos recientes a nivel mundial:

La hipersexualización

# La “chancadera” de la hipersexualización

- Hipersexualización: dar un carácter sexual a todo, así no lo tenga en sí (por ejemplo, los dibujos animados, ropa infantil)..





# Hace 40 años



# Hoy en día





- Sexo como estrategia de seducción y reducción de la persona a su poder de seducción (cuerpo y actitud), a su sex appeal.
- El cuerpo y actitud se someten al ojo público.



- Contexto post90 : liberación femenina y liberación de diversidad sexual se revierten los sujetos mediante “sexualización” para el consumo.



- Se mantienen avances en imagen de mujeres más modernas pero siempre sexualizadas como objeto.
- Se consume sexo.





La sociedad del  
espectáculo

La intimidad como  
espectáculo

# Contexto: era de lo audiovisual y la vigilancia

- La omnipresencia de la cámara (en las calles, en el celular). Público como reportero.
- La inmediatez de la reproducción de la imagen y su viralización (era digital)
- El placer de la autoexhibición (selfie, el fb)
- El placer del voyeurismo

# TV

- La noticia como espectáculo
- Los “sucesos” reemplazan al análisis
- Talk show de los 90
- La era del reality show (inicios 2000)

# Resortes del reality

- Cuerpos atractivos, actitudes seductoras
- Ilusión de ver una “realidad espontánea”, sin libreto aparente.
- Ilusión voyeurista del público de inmiscuirse en vida privada de participantes fuera del set
- Participantes tienen como “trabajo” mostrarse. De anónimos a celebridades.
- Bajo costo de producción.

# Programas de juegos gimnásticos

- Perfectos para mostrar cuerpos hegemónicos: jóvenes, musculosos. Barreras interraciales y de clase para evitar transgresión:  
nunca hombres pobres o “de color” con mujeres blancas.



# La reedición del melodrama



# Reflexiones finales

- “TV da a audiencias lo que ellas piden”
- “Audiencias son pasivas no tienen conciencia crítica”
- “Productores independientes deberían recibir apoyo para aumentar productos alternativos”.