

Propuesta temática seleccionada: Representaciones, discursos y significaciones

Título del trabajo: Un discurso gestual. El cuerpo de la mujer en la movida tropical

Nombre y Apellido: Carolina Spataro

E-mail y teléfono: carolinaspataro@yahoo.com.ar, 4582-6448

Dirección postal: Franklin 1866 4° D

Afiliación institucional: Becaria estímulo UBACyT Proyecto S-072, Instituto Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales de la U.B.A.

La propuesta de esta ponencia es realizar un primer acercamiento a los trabajos realizados en el marco de una investigación que trabaja prácticas y representaciones de la cultura popular en Buenos Aires. El objetivo es analizar la construcción particular del cuerpo de la mujer que se realiza desde la cultura de masas en el contexto específico de la Argentina de los últimos años. A su vez, se realizará una comparación entre ese cuerpo escenificado por los medios y aquellos que son interpelados. Para ello la investigación ha tomado dos dimensiones de análisis: un texto audiovisual y el espacio de las prácticas.

El corpus textual está conformado por los programas de “Pasión de sábado” emitidos desde julio de 2004 hasta diciembre del mismo año. La selección de este programa televisivo parte de la idea de que este producto de la llamada cultura de masas define a los sectores populares como su público (auto-presentándose entonces como *populares*). El ciclo se transmitía, en el momento de la construcción del corpus, por América TV los sábados de 13 a 21 horas. Se estructuraba sobre la base tres o cuatro bloques por hora (entre 20 y 30 bloques por programa) y estaba compuesto principalmente por shows de bandas de la movida tropical, que realizaban *playback* la mayoría de las veces, y sólo en algunos casos shows en vivo.

Para trabajar el espacio de las prácticas se ha realizado observación no participante en tres instancias en el programa para analizar las mujeres del público del programa en vivo.

De esta manera, el siguiente trabajo quedará estructurado en dos partes. En un primer momento se presentará el análisis de las representaciones, y en el segundo el de las prácticas.

Mujeres en televisión

Para elaborar un análisis textual es necesario tener en cuenta que los medios representan acontecimientos, eventos, escenas, y que en esa operación realizan una síntesis, una simplificación. Si las

representaciones constituyen el orden simbólico y son esenciales para la creación de la subjetividad y la intersubjetividad (Rodríguez, 2003), analizar que tipo de representación de la mujer es posible en la movida tropical en la Argentina posmenemista es el objetivo de este trabajo.

Entendemos a los medios de comunicación como un espacio en el que se juega la lucha por la imposición de sentidos. Si toda representación posee en su interior mecanismos que promueven ciertos sentidos y suprimen otros, nos proponemos analizar cuáles son estos sentidos en cuestión en la representación de la mujer en “Pasión de sábado”.

Para observar la lucha por la imposición de sentidos en torno al cuerpo de la mujer, este será entendido como un significante flotante en términos de Laclau. La existencia de distintos tipos de representación de la mujer en la historia, y más específicamente, en la Industria Cultural, puede pensarse, entre otras variables, porque este significante mantiene una relación indefinida con el significado. “Si el significante estuviera estrictamente adherido a un solo significado, ningún flotamiento podría tener lugar” (Laclau, 2002). El objetivo es observar cuáles son los decibles sobre la mujer en este texto audiovisual. Para ello, realizaremos una descripción de las mujeres que forman parte del programa. De esta manera, proponemos cuatro las categorías de análisis: las bailarinas, la conductora, las cantantes y las mujeres del público.

El primer bloque del programa comienza con una coreografía de las bailarinas que se realiza sobre la base de un tema musical que, generalmente, les permite realizar movimientos sensuales que son minuciosamente tomados por las cámaras.

Luego descienden de la escalera central de la escenografía los conductores. Después de la presentación, las cinco bailarinas que componen el *staff* se ubican en unas plataformas y bailan al ritmo de la música durante las ocho horas que dura el programa y no dudan en mover más sus caderas cuando una cámara les propone un primer plano de sus trabajados glúteos. Ellas tienen cuerpos exuberantes y llevan el cabello teñido de rubio. Usan botas altas, calzas, minifaldas, shorts muy ajustados, tops y escotes pronunciados. “En un tiempo de cultura diet, con los cuerpos delgados hasta la anorexia (...) la bailanta sigue celebrando la exuberancia. Las ‘minas que están buenas’ se asemejan más a Moria Casán que a las modelos de Pancho Dotto” (Pujol, 1999: 338)

En “Pasión...” no hay bailarines masculinos. Son sólo mujeres las que se ubican como elemento “decorativo” de la escenografía televisiva. Si bien la mayoría del tiempo su función es la de mover sus cuerpos y sonreír cuando les hacen un primer plano, también

forman parte del mecanismo que el programa utiliza para las pautas publicitarias que presentan dentro de la programación. A la hora de realizar un auspicio, las bailarinas sostienen una especie de placa con el nombre de la marca, y por supuesto, no dejan de bailar y sonreír al mismo tiempo.

La cámara siempre realiza primeros planos de las colas y los pechos de estas mujeres. Al hacerlo, ellas bailan con más entusiasmo y posan para que la toma pueda mostrar más aún sus exuberantes cuerpos. Pero ellas no hablan. Solo puede escucharse su voz cuando nombran la marca de la placa que sostienen para el auspicio publicitario. En ningún otro momento las bailarinas de “Pasión...” tienen permitida la palabra. De esta manera, su único discurso es el de la representación textual- sexual que realiza la cámara. Carecen de discurso verbal propio, o mejor dicho, su discurso remite sólo a acciones: moverse, bailar, mostrarse, vestirse. Es un discurso meramente gestual, corporal (Campodónico, 2000).

Las mujeres que realizan shows musicales en el programa son representadas de otra manera. Ninguna de las bandas que se presentan en el programa está compuesta en su totalidad por mujeres. Y sólo un porcentaje mínimo tiene a una mujer como cantante. A su vez, existen marcadas diferencias entre las mujeres que forman parte del subgénero romántico de la movida tropical, de aquellas que pertenecen a la cumbia villera. En el primer caso, generalmente usan ropas ajustadas, tiñen sus cabellos y cantan canciones de amor. Sus temáticas están siempre vinculadas con los hombres: hablan de un amor imposible, de una traición, de infidelidad. Son enunciadas en primera persona y tienen como referente a un hombre en todos los casos. A la hora de ser descritas por los conductores, suele denominárselas como las diosas, las más sensuales, las inolvidables, las más románticas.

Pero la estética de las mujeres de la cumbia villera es muy distinta. Lejos de poner en escena la femineidad, como en el caso anterior, las “pibas villeras” como suelen denominarse, tienen una estética masculinizada. Usan pantalones anchos, remeras largas, gorras o viseras, el pelo recogido y muchas veces tienen la nuca rapada. Su estética intenta

borrar las diferencias de género. Si bien algunos de sus temas también cuentan historias de amor, muchos de ellos abordan otras temáticas. Prácticas como las de ir a la cancha son mencionadas con frecuencia en sus letras y suelen definirse en sus canciones de una manera particular: aclaran que no son “chetas”, que no son caretas y que se diferencian claramente de la estética hegemónica. Las bases musicales de sus temas son las mismas que las de cumbia villera, porque ellas forman parte de ese subgénero de la movida tropical.

Si bien Marcela Baños y Daniel “la Tota” Santillán son los conductores del programa, podríamos afirmar que este último es el que se observa en primer plano a la hora de hablar del mundo tropical. Marcela Baños es una locutora rubia, delgada, refinada, cuya estética parece no pertenecer al mundo de la música cumbiera. Suele llevar minifaldas y escotes, pero la blonda conductora no tiene un cuerpo exuberante y sus ropas tienen un estilo delicado y elegante. En muchas ocasiones Baños señala que ella también forma parte de “la movida”, que también es la conductora de “Pasión...”, cada vez que no la reconocen como tal. Sus intervenciones en el programa son muy diferentes a las de “la Tota”, ella se limita a realizar sus tareas como conductora: presentar a las bandas y realizar los anuncios comerciales. En muy pocas oportunidades opina sobre algún acontecimiento, y si lo hace, es sistemáticamente interrumpida por “la Tota”.

Cuando observamos a las mujeres representadas del público presente en las tribunas del programa, podríamos decir que las cámaras muestran adolescentes que cantan y bailan al ritmo de la música. Cuando se presenta alguno de los cantantes “románticos” de la movida, se realizan primeros planos de las mujeres llorando, y muchas veces se divide la pantalla en dos, ubicando del lado izquierdo la cara emocionada de una de las adolescentes, y del lado derecho un primer plano del cantante. Existe cierta recurrencia en los rostros que muestran las cámaras de “Pasión...” Los primeros planos son siempre de las mismas adolescentes, las que saben las letras de las canciones, las que bailan, las que están muy pintadas o peinadas, las más “producidas”. Cuando las bandas que se presentan no son muy conocidas o, por diferentes motivos, no “entusiasman” al público presente, se realizan más tomas de las bailarinas y no se muestra al público aparentemente aburrido. Pero cuando son

bandas de “moda”, como son las de cumbia villera, las tomas al público excitado se multiplican. Las mujeres saltan, cantan, bailan y se emocionan. Los músicos participan “meneando” sus caderas, movimiento que produce en forma inmediata el grito despavorido de las mujeres del público. Al entusiasmo propio de las presentes, se suma el propuesto por los conductores o por los cantantes, que muchas veces solicitan las voces del público diciendo: “A ver como es el grito de las mujeres vírgenes”, “A ver cómo gritan las gatitas”, etc.

Pero a la hora de decir que el programa es “para toda la familia”, las cámaras hacen un plano general de las cuatro o cinco mujeres, de entre cuarenta y cincuenta años, que se ubican en la primera fila. Ellas no saben las letras de las canciones ni tampoco los pasos de moda en la movida tropical pero parecen ser útiles al programa para dar la idea de que en él está presente toda la familia.

Mujeres en canciones

Las mujeres ocupan un lugar destacado en las letras de la movida tropical. Este trabajo no se propone, por la extensión del mismo, realizar un análisis de todas las letras de cumbia. Sólo daremos cuenta de algunos fragmentos de las canciones que pueden escucharse en “Pasión...” en donde las mujeres aparecen representadas de una manera particular:

- “Meneando para abajo las caderas/ abriendo despacito bien las piernas/ Las palmas los pibes que estamos de fiesta/ Las pibas se copan abriendo las piernas” (La Base)
- “Cumbia cumbia chorra/ aguante las cachorras/ Ahora vamos a ver como las pibas mueven la cola/ La mano en la cabeza/ la otra en la cintura/ moviendo bien la cola/ las pibitas la mueven solas/ las pibitas la mueven solas” (Pibes Chorros)
- “Pamela tiene un problema/ no la puede dejar de chupar/ sos una viciosa/ te vas a enfermar/ Todos los días chupas sin parar/ te vas a enfermar” (Pibes Chorros)
- “Qué rico bum bum/ que tienes mi amor/ yo quiero comerlo y bailar con vos” (Yerba Brava)
- “Baila la negra/ se agacha y se hamaca/ Ella para la cola y a los pibes mata” (Yerba Brava)

- “Quiero elegir una buena chica/ una linda chica/ que tenga buena cola/ y le das para abajo/ pa’ delante y pa’ atrás/ Y se le ve la tanga por delante y por detrás” (La Gira)
- “A mí me gusta como baila la negrita/ me pongo loco cuando mueve la colita/ Abriendo la cola que te queremos ver bien” (Eh Guacho)
- “Mostrá tu cola less/ como te queda metida en la con.../ metida en la con.../ y si te agachas/ se asoma/ se asoma” (Altos cumbieros)
- “Le vamo’ a hacer la fiesta a tu hermana/ la vamo’ a pasar bomba con tu hermana/ Trajimos la velita/ apaguen ya las luces/ ¿Quién la quiere tocar?/ ¿Quién la quiere tocar?” (Altos Cumbieros)
- “A mover ese culito mamita/ que a los pibes se las dejas bien durita/ A mover el culito/ que los pibes mueren por darte una apoyadita”. (Puro Movimiento DJ)
- “Todas las mujeres moviendo el culito/ y todos los pibes las apoyan despacito” (La Base)
- “Toda la noche yo te voy a dar/ y si que te va a gustar./ Todos los pibes te vamos a dar cumbia/ y no te me hagas la gata/ que te arranco la bombacha./ Y no te me hagas la estrecha usurpadora de braguetas./ Por que con todos los pibes te vamos a dar... Bomba./ Toda la noche yo te doy bomba/ todos los pibes te damos bomba” (El Bombazo)
- “Mirala cómo baila/ te muestra la tanga/ cuando ella se menea/ te hace calentar” (El Paso)

Los fragmentos del cuerpo que son representados son siempre los mismos: la vagina y la cola de las mujeres. O sea, las partes bajas del cuerpo, esas partes del cuerpo en las que este se abre al mundo (Bajtín, 1987). Desde la modernidad, el cuerpo aparece como separado del resto del mundo. Los orificios que en la Edad Media integraban al cuerpo en una cosmovisión, pasan a ser resignificados como “propiedades” de la vida privada (Elías, 1987). En estas representaciones, esas partes privadas son continuamente puestas en primer plano en el discurso. Puede pensarse en ellas como fragmentos que remiten a la cultura cómica popular pre-moderna, pero que no son nuevos en la modernidad, ya que pueden rastrearse a lo largo de toda la Industria Cultural desde sus comienzos. A través de ellas se construye una representación que ubica al cuerpo de la mujer como objeto sexual y erótico para la mirada de los hombres.

En las letras de las canciones el lugar de la mujer remite sólo a acciones: menear, abrirse, entregarse, chupar, agacharse, hamacarse y mostrarse son los verbos que aparecen en estos fragmentos. O sea, un discurso que muestra a un cuerpo que adquiere representatividad sólo para darle placer a un hombre, o a varios. En estas letras las mujeres se dejan... enunciar por la voz de un hombre siempre de la misma manera.

Y “dejarse” no es sólo un mecanismo que podemos leer entre líneas en las letras, sino que aparecer

explícitamente en el nombre de uno de los clubes de *fans* de un grupo de cumbia villera que se llama “Las que se dejan”. Como señala Reguillo “Si algo caracteriza a los colectivos juveniles insertos en procesos de exclusión y de marginación es su capacidad para transformar el estigma en emblema, es decir, hacer operar con signo contrario las calificaciones negativas que le son imputadas” (2000: 80). “Dejarse” no es en este caso un insulto, sino una representación posible de la mujer dentro de la movida tropical en la Argentina de esta época.

En esta representación corporal de la mujer, los temas se enuncian en la primera persona del plural, por supuesto masculina. En la mayoría de los casos no se habla de un hombre que va a penetrar a una mujer, sino de varios. Son “los pibes” los que forman un nosotros masculino, viril, que toca, que apoya, que hace “la fiesta”. Las escenas del discurso musical parecen remitir siempre a la misma imagen: mujeres que abren las piernas y mueven la cola, hombres que las apoyan y se calientan. Se construye así una cadena equivalencial, en términos de Lalcau, a partir de un significante amo, que en este caso es “mujer”. Detrás de este se encadenan las palabras que sirven para definirlo que, como venimos señalando, refieren a gestos corporales: menear, abrirse, entregarse, chupar, agacharse, hamacarse y mostrarse. De esta manera se cierra el sentido y se imprime una representación que ubica a la mujer en un lugar de objeto para ser consumido y mostrado.

Y el hecho de que este tipo de construcción se realice en los medios de comunicación no es poco significativo, ya que “no toda posición en la sociedad, no toda lucha es igualmente capaz de transformar sus contenidos en un punto nodal que pueda tornarse un significante vacío” (Laclau, 1996: 81). Que el significante mujer pueda en este caso vaciarse de significado para construir su sentido a partir de una cadena equivalencial de este orden, permite afirmar que los medios de comunicación son hoy fundamentales para la construcción del orden simbólico.

Mujeres en programas

Si la cultura popular puede ser entendida como resultado de la apropiación desigual de los bienes económicos y simbólicos por parte de los sectores subalternos (Canclini, 1988), observar que tipo de prácticas, por lo menos en un primer acercamiento, pueden leerse en el público del programa es el objetivo de este apartado.

Si entendemos a los medios de comunicación masivos como instancias de interpelación y reconocimiento, será posible estudiar a la Industria Cultural y a sus textos, como constructores privilegiados de identidad. A su vez, pensar a la comunicación como un fenómeno no lineal, en donde el receptor se ubica en un espacio activo, nos posibilitará pensar al consumo de productos mediáticos no como una práctica pasiva, sino como una instancia de producción otra (Barbero, 1987). Porque “las culturas populares no son un efecto pasivo o mecánico de la reproducción controlada por los dominadores; también se constituyen tomando

sus tradiciones y experiencias propias en el conflicto con quién ejerce, más que la dominación, la hegemonía” (Canclini, *op. cit.*).

Si seguimos a Fiske (1995), podemos pensar que los textos populares son incompletos en sí mismos, son provocadores de significados y placeres y sólo se completan cuando son apropiados por los sectores populares y colocados en la cultura de su vida cotidiana. Es evidente que en un texto audiovisual de las características de “Pasión de sábado”, en donde la música y el baile construyen la trama del programa, el componente del orden del placer está presente. Pero si analizamos con detenimiento, también podríamos leer elementos del orden del significado, de la afirmación identitaria. Como sostiene Pujol “Los bailes son situaciones de placer, pero no son la utopía (...) los bailes siempre han oscilado entre la liberación y los mecanismos de control social, tanto internos como externos” (1999: 14). En los lugares en donde se baila, y un programa de música tropical lo es, se aprenden los modos de aproximación al otro sexo, las pautas a seguir dentro de un grupo y lo que se puede hacer en ese espacio. Si bien no podemos obviar que “Pasión de Sábado” es un programa de televisión, tampoco podemos ignorar que el público que asiste baila y se divierte al ritmo de las canciones de las bandas que se presentan.

El público del programa está integrado, en su gran mayoría, por mujeres adolescentes de entre 13 y 18 años aproximadamente. Para poder entrar al estudio ellas deben pasar por un riguroso “cacheo” en donde se les solicita que se saquen las zapatillas para asegurarse que no llevan elementos cortantes dentro de las mismas¹. Muchas de ellas están vestidas con ropas holgadas, llevan el cabello recogido y sus nuca rapadas. Pero también hay en el público mujeres inmigrantes de países limítrofes y madres adolescentes con sus bebés. Algunas llevan carteles con los nombres de sus ídolos, y no dudan en levantarlos cuando la cámara las toma, o cuando alguno de los productores se lo solicita. Se mueven con más entusiasmo cuando una cámara se les acerca y le muestran a ese primer plano lo mucho que saben las canciones de sus cantantes favoritos. En las primeras filas suelen ubicarse los clubes de *fans* de las bandas que se presentarán ese día en el programa,

¹ Esta no es la única medida que se toma en el programa. Hay entre diez y quince personas de seguridad que se encargan de “cuidar” que no ocurran disturbios en una tribuna ocupada por no más de doscientas personas.

para quienes gritar los nombres de los cantantes, arrojar osos de peluche y papelitos son prácticas frecuentes.

Pero uno de los motivos fundamentales que llevan a estas mujeres a presenciar el programa es su gran interés por tener un contacto “cara a cara” con los músicos. Al finalizar cada uno de los shows, las mujeres ubicadas en las primeras filas gritan y piden de manera continua un beso del cantante de turno, y muchas veces lo logran. Cuando estos entran o salen del estudio también son seguidos por grupos de adolescentes que gritan sus nombres e imploran por un beso de la nueva cara de la “movida”. Pero si este cantante tan requerido se va sin cumplir el sueño de estas mujeres, no hay problema. Aparece otro al que inmediatamente puede hacérsele la misma escena. El contacto con ese otro que aparece en la pantalla de televisión parece ser el objetivo.

Por su puesto, los objetos de deseo son los músicos jóvenes, y si pertenecen a grupos de cumbia villera, mucho mejor. Los “padres” del género, los que tienen una trayectoria de años, como es el caso de “Los Palmeras” no reciben el mismo trato por parte del público. De hecho, ellas sólo se mueven al ritmo de las bandas conocidas. Puede observarse que un grupo que no es conocido mediáticamente, o que ha tenido poca difusión, no capta el interés del público a pesar de que la base rítmica y el estilo de su música sean muy parecidos a los ya conocidos en el ambiente. Ser reconocido en los medios es el requisito fundamental para convertirse en un ídolo deseado.

Pero los cantantes masculinos no son los únicos que reciben elogios por parte del público femenino. Las cantantes también son requeridas. En uno de los casos observados, las mujeres del público le pidieron autógrafos a una cantante durante el momento del corte. Pero la firma de la estrella musical no quedó impresa en un papel, sino que se imprimió en las manos de las chicas del público. Podríamos pensar que este recuerdo no importa tanto por su posibilidad de perdurar, ya que desaparecerá con el agua, sino por la posibilidad de contacto físico con esa persona que aparece en la televisión, aquel que parece poseedor de un poder particular.

En el programa, el lugar en el espacio contribuye a la construcción de una especie

de poder en torno al músico. La elevación del escenario, el vestuario colorido, las luces y la escenografía contribuyen a señalar a ese sitio como un lugar privilegiado. El público, en cambio, se ubica en un espacio oscuro o en penumbras, en este caso iluminado sólo para poder aparecer en la pantalla, detrás de las cámaras, dirigiendo su mirada a una figura casi mágica que, desde el escenario, parece formar parte de un espacio privilegiado (Díaz, 2001). De esta manera los músicos se dirigen a su público, le dicen cómo bailar, cuándo hacerlo, en qué momento cantar y gritar. Muchos grupos cierran sus shows diciendo: “A ver el grito de las mujeres de (nombre de la banda)”, consigna a la que se responde en forma inmediata demostrando que ellas están allí para hacerles el “aguante”, término que usan tanto los integrantes del público como los conductores a la hora de referirse a las prácticas de los fans. Para alentarlos, mueven sus manos y cantan como lo hacen las hinchadas de fútbol. Es evidente que para este grupo, como para otros, es necesario saber las normas y los implícitos de ese lugar para poder participar. Como señala Pujol, en el baile se aprenden las reglas que permiten el intercambio con los otros.

Las mujeres del público también se esfuerzan porque alguna de las bailarinas del programa les preste atención. Suelen llamarlas por sus nombres y cuando logran ser escuchadas, elogian sus ropas, sus peinados, y hasta le indican que se les ha corrido el maquillaje. Si bien puede pensarse, como señalamos anteriormente, que en el ambiente de la música tropical se celebra la exuberancia, las mujeres del público parecen admirar el tipo de exuberancia que portan las bailarinas. Ellas son mujeres delgadas, pero con grandes pechos y trabajados glúteos. Frente a esta estética, las adolescentes del público asumirían los criterios de belleza dominante de su espacio como objetivos a alcanzar, o por lo menos, como espejo en el que se miran y comparan (Pujol, *op.cit.*). Podríamos pensar que los gestos, las palabras, las actitudes corporales y el vestuario regulan el acto interpersonal entre los músicos y su público, pero también las relaciones entre los grupos y los modos de apropiación del espacio (Díaz, *op.cit.*).

La función de la cámara de “Pasión...” es tomar los movimientos de los músicos y las bailarinas en primer lugar, sólo cuando en el público aparece un cuerpo “representable”,

ya sea para mostrar entusiasmo, belleza, emoción, y hasta la una idea de ambiente festivo, la cámara puede dirigir su mirada a la tribuna y realizar primeros planos. Pero cuando esto no sucede, las tomas se realizan con distancia, y la cámara se vuelve “rítmica”: salta al ritmo de la música para dar la sensación de movimiento. En la tribuna de “Pasión...” existen cuerpos no representables, y hasta situaciones que prefieren no “mostrarse”. Si el público no parece entusiasmado, es mejor que los televidentes no se enteren. Para eso, nada mejor que un primer plano tomado desde debajo de las piernas y los glúteos de una de las simpáticas bailarinas.

Pero que la tribuna de un programa que se llama “Pasión de sábado” no se muestre “apasionada” parece ser un gran problema para la producción. Hay personas que están indicándoles continuamente al público cuándo y cómo moverse. Les piden que aplaudan, que salten, y hasta que no se sienten en las tribunas. La función del público sería entonces la de bailar y moverse, sin sentarse en ningún momento de las ocho horas que dura el programa. Pero cuando las luces se apagan en el corte del programa, las personas que están en las tribunas tienen derecho a ir al bar del estudio y consumir. Cuando las cámaras se prenden, rápidamente se les indican que “deben volver a sus lugares”, como si el corte se tratase de un recreo en una larga jornada laboral. Siguiendo a Pujol, en este baile televisado se aprenden las reglas que hay que seguir para “salir en la tele”.

Conclusiones:

Para construir sus mensajes, los medios de comunicación realizan una representación en la cuál se ponen en primera escena ciertos elementos de lo representado en detrimento de otros. En “Pasión de sábado” se produce una representación del cuerpo femenino en donde la sexualidad es puesta en primer plano. Pero justamente no es la sexualidad de las mujeres la que se representa, sino la de los hombres, cuya satisfacción supone la mirada del varón heterosexual.

La recuperación simbólica del cuerpo que se realiza en “Pasión...”, y en los medios de comunicación en general, está vinculada con la restitución de conjuntos culturales que no han sido jerarquizados por la razón

iluminista y positivista, que se han filtrado en los medios, y que permiten identificación y reconocimiento (Ford, 1994). De esta manera, el cuerpo de la mujer parece ser uno de los elementos más significativos que lo masivo recupera de lo popular y sobre lo que se apoya para construir sus discursos. Pero este cuerpo es recuperado para construir una representación que, en el caso de la mujer, muestra un discurso que es sólo gestual, en dónde se cierra el sentido y se imprime una representación que ubica a la mujer en un lugar de objeto para ser consumido y mostrado. Las mujeres carecen así de discurso propio y son enunciadas desde la voz de un sujeto masculino.

De esta manera, del lado de las luces, del escenario, se construyen discursos que vinculan a la mujer con el lugar de ornamento decorativo, y como venimos señalando, del lado de las penumbras, de la tribuna, hay cuerpos que pueden ser representados, que corresponden a la lógica de la movida tropical, pero hay otros que son completamente excluidos de todo texto mediático. Por fuera quedan mujeres inmigrantes, adolescentes con sus hijos y todas aquellas a las que la marca de la exclusión material se les hace demasiado visible para una cámara de televisión. Si bien es muy claro que las tomas que se realizan son de mujeres de clases populares, ya que son las que forman parte del público, no todas pueden ser mostradas en un programa que cuida muy bien lo que puede ser tomado por la cámara.

Los medios de comunicación cumplen hoy un lugar privilegiado en la lucha por la significación y esta lucha es siempre una lucha política, que pone en escena ciertos acentos y deja de lado otros. Si, como señala Žižek, “Lo que está en juego en la lucha ideológica es cuál de los “puntos nodales” totalizará, incluirá en una serie de equivalencias a esos elementos flotantes” (Žižek, 1992: 126), poner en cuestión este tipo de derivas de significado será una tarea importante para poder pensar otros decibles en torno a la mujer, por lo menos, en los medios de comunicación.

Bibliografía:

- Bajtín, Mijail (1987): *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento*, Madrid, Alianza.
- Campodónico, R. y Gil Lozano, F. (2000): “Milonguitas en-cintas: la mujer, el tango y el cine” (137- 154), en Gil Lozano, F, Ini, G. Y Pita, S. (dir.): *Historia de las mujeres en*

la Argentina. Tomo II, Siglo XX, Buenos Aires.

- Díaz, Claudio Fernando (2001) *Cuerpo, ritual y sentido en el rock argentino: un abordaje sociosemiótico* en Actas del III Congreso Latinoamericano de la Asociación Internacional para el Estudio de la Música Popular. Bogotá, 23-27 de Agosto del 2000.
- Elías, N. (1987): “Historia del concepto de *civilite*” (apartado 1 del capítulo 2), y “Bosquejo de una teoría de la civilización” (apartados I, II, III, V, VI y VIII del Resumen), en *El proceso de la civilización*, México: Editorial Fondo de Cultura Económica.
- Fiske, J. (1995): “Understanding popular culture”, en *Reading the popular*, Routledge, Londres- Nueva York (Traducción de M. G. Rodríguez).
- Ford, Anibal (1994): *Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis*, Buenos Aires, Amorrortu.
- García Canclini, Nestor (1998): “¿Reconstruir lo popular?”, ponencia ante el Seminario *Cultura popular: un balance interdisciplinario*, organizado por el Instituto Nacional de Antropología, septiembre, Buenos Aires.
- Laclau, E. (1996): ¿Por qué los significantes vacíos son importantes para la política?”, en *Emancipación y diferencia*, Ariel, Barcelona.
- Laclau, E. (2002): “Muerte y resurrección de la ideología”, en *Misticismo retórica y política*, FCE, Buenos Aires.
- Pujol, Sergio (1999). “Prefacio” y “Capítulo 11: Cumbia en Constitución, Tango en Broadway” en *Historia del Baile: de la milonga a la disco*. Buenos Aires: Emecé.
- Reguillo Cruz, Rossana (2000): *Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. Buenos Aires, Norma.
- Rodríguez, María Graciela (2003): *Representaciones: el juego incompleto*, 1eras. Jornadas sobre representaciones sociales: “Representaciones sociales: investigación y prácticas, Ciclo Básico Común, UBA, Buenos Aires, 17 y 18 de octubre.
- Žizek, S. (1993): “Más allá del análisis del discurso”, en Laclau, E. *Nuevas reflexiones sobre la revolución de nuestro tiempo*, Nueva Visión, Buenos Aires