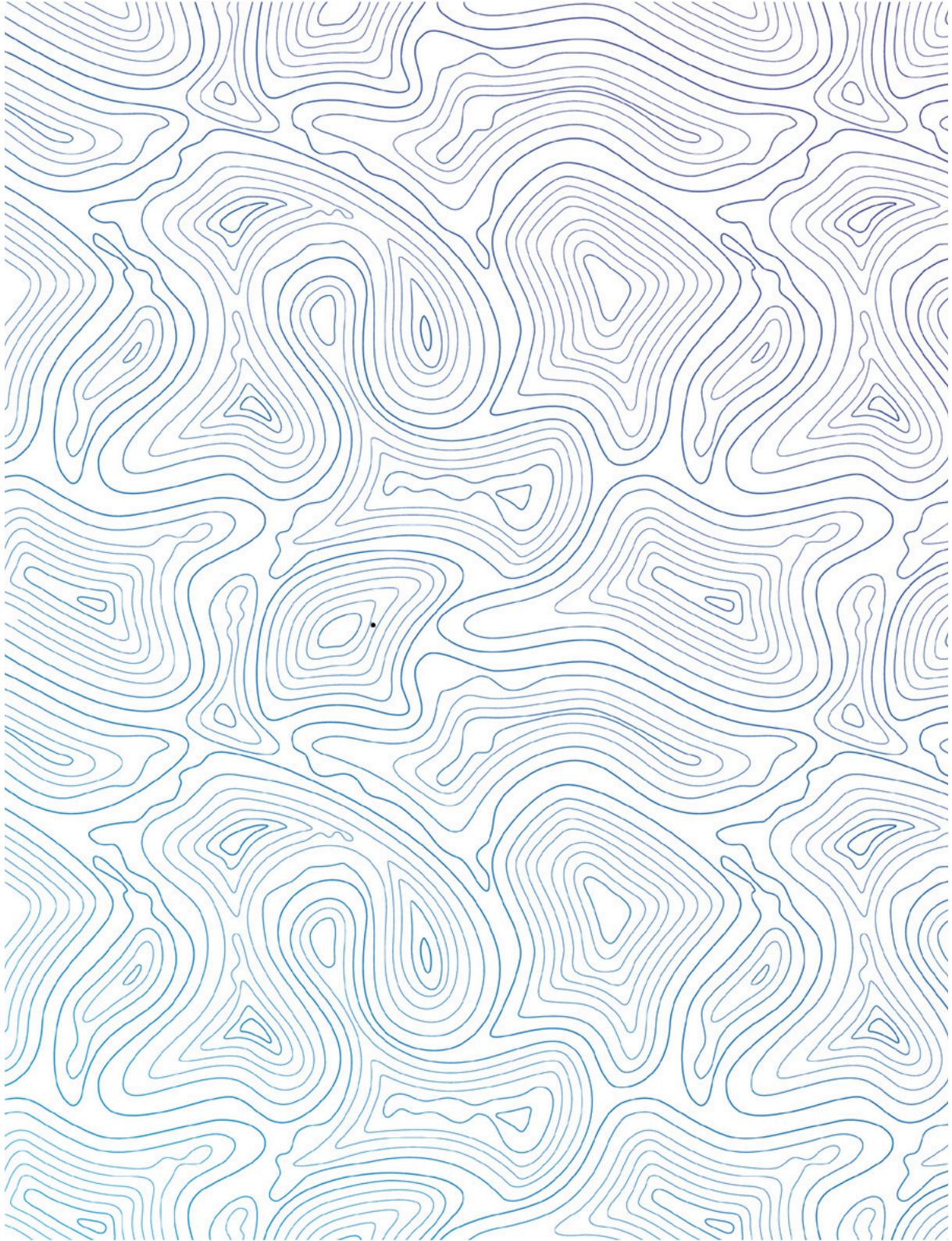


ÁMBITOS

REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN



EDICIÓN INVERNO 2023



ISSN: 1139-1979 · E-ISSN: 1988-5733

NÚMERO 59

ÁMBITOS

REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN

nº 59

invierno 2023



ISSN: 1139-1979

e-ISSN: 1988-5733

DOI: 10.12795/Ambitos

<https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos>

<https://editorial.us.es/es/revistas/ambitos-revista-internacional-de-comunicacion>

Ámbitos Revista Internacional de Comunicación se publica gracias al apoyo de:



Equipo editorial

Comité técnico

Presidente y fundador

Dr. Ramón Reig

Universidad de Sevilla, España

Directora

Dra. Rosalba Mancinas-Chávez

Universidad de Sevilla, España

Directora adjunta

Dra María Luisa Cárdenas Rica

Centro Universitario San Isidoro, Universidad Pablo de Olavide, España

Secretario académico

Juan Carlos Figuerero Benítez

Universidad de Sevilla, España

Editora en portugués

Dra. Julieti Oliveira

Universidad de Sevilla, España

Editora en inglés

Gladys Arlette Corona León

Universidad de Sevilla, España

Responsable de difusión

Mtr. Guillermo Paredes Otero

Universidad de Sevilla, España

Colaboradores

Dra. Nuria Sánchez-Gey Valenzuela (España),

Dr. Daniel Rodrigo-Cano, Jair Esquiaqui

Buelvas (Colombia), **Noelia Ruiz-Alba**

(España), **Dra. Susana Alés Álvarez** (México-

España), **Dra. Luisa Aramburú Moncada** (Perú)

e **Itzel Meza Piña** (México).

Consejo asesor

Dra. Carmen Marta Lazo

Universidad de Zaragoza, España

Dr. Carlos Elías

Universidad Carlos III, España

Dra. Nereida López Vidales

Universidad de Valladolid, España

Dra. Sara Nuñez de Prado Clavell

Universidad Rey Juan Carlos, España

Dra. Nuria Almirón Roig

Universidad Pompeu Fabra, España

Dr. Manuel Miguel Chaparro Escudero

Universidad de Málaga, España

Dr. Xosé Soengas

Universidad de Santiago de Compostela, España

Dra. Concha Langa Nuño

Universidad de Sevilla, España

Dra. Antonia Isabel Nogales Bocio

Universidad de Zaragoza, España

Dra. Leonarda García Jiménez

Universidad de Murcia, España

Dra. Gema Alcolea Díaz

Universidad Rey Juan Carlos, España

Dra. María José Ufarte

Universidad Castilla-La Mancha, España

Dra. María Luisa Sánchez Calero

Universidad Complutense de Madrid, España

Dr. Daniel Rodrigo-Cano

Centro Universitario San Isidoro, Universidad Pablo de Olavide, España, España

Dr. Carles Marín Lladó

Universidad Rey Juan Carlos, España

Dra. Laura Caballero Trenado

UNIR, España

Dr. David García-Marín

Universidad Rey Juan Carlos, España

Comité científico internacional

Dr. José Ignacio Aguaded

Universidad de Huelva, España

Dr. José Ignacio Armentia

Universidad del País Vasco, España

Dr. David Park

Florida International University, Estados Unidos

Dr. Jorge Cortés Montalvo

Universidad Autónoma de Chihuahua, México

Dra. Paulina Beatriz Emanuelli

Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

Dr. Javier Esteinou Madrid

Universidad Autónoma Metropolitana, México

Dr. Francisco Esteve Ramírez

Universidad Complutense de Madrid, España

Dr. Josep Gifreu

Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, España

Dr. Tim Holmes

Universidad de Cardiff, País de Gales

Dr. Antonio Laguna Platero

Universidad de Castilla y La Mancha, España

Dr. Xosé López García

Universidad de Santiago de Compostela, España

Dr. José Marques de Melo

Cátedra UNESCO en la Universidad Metodista de São Paulo, Brasil

Dr. Jesús Martín-Barbero

Fundación Social, Bogotá, Colombia

Dr. José Manuel de Pablos Coello

Universidad de La Laguna, España

Dra. Montserrat Quesada

Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, España

Dr. Miquel Rodrigo Alsina

Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, España

Dr. JürgenWilke

Institut für Publizistik, Universidad de Maguncia, Alemania

Dra. Gloria Olivia Rodríguez Garay

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México

Dra. Martha Patricia Álvarez Chávez

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México

Dra. Angela Do Grossi Carvalho

Universidade Estadual Paulista, Brasil

Dra. Mirian Tavares

Universidade Do Algarve, Portugal

Dr. Miguel Ángel Sánchez de Armas

Universidad Iberoamericana, México

Dr. Rogério Christofolletti

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Brasil

Dra. Angela Do Grossi Carvalho

Universidade Estadual Paulista, Brasil

Dr. César E. Jiménez Yáñez

Universidad Autónoma de Baja California, México

Dr. Ricardo Chica Geliz

Universidad de Cartagena, Colombia

ÁMBITOS

REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN

Fundada por el Prof. Dr. Ramón Reig en 1998

Enfoque y alcance

El eje temático de la revista es la comunicación y, dentro del amplio concepto de comunicación, el periodismo es un área de especial interés. No obstante, considerando la importancia de la comunicación hoy en día, se aceptan trabajos que den a conocer resultados de investigación científica desde distintas perspectivas, en torno a la comunicación. Se valora la originalidad de los trabajos, se da preferencia a aquellas aportaciones que supongan un avance para el conocimiento.

Evaluación de originales

Los originales se someten a un doble proceso de revisión. Primero son examinados por los miembros del Consejo de Redacción y después pasan a un proceso de revisión por pares ciegos, con especialistas en el tema que ofrecen

Periodicidad

Publicación trimestral que edita cuatro números durante el año: enero, abril, julio y octubre.

Indexación

RESCH, MIAR, ErihPlus, DOAJ, Dialnet, ÍNDICES CSIC, Latindex, Dulcinea, PKP INDEX, Google Académico y REDIB.



Edita

Grupo de Investigación: Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación.
Universidad de Sevilla, España.

Dirección: Facultad de Comunicación. Calle Américo Vespucio, s/n.
Parque Científico y Tecnológico Cartuja 93. 41092 Sevilla.

Teléfono: +34 954 559 622, Fax: +34 954 559 623.

E-mail: ambitoscomunicacion@us.es

Web: <https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos>

Maquetación: referencias.maquetacion@gmail.com

© 2023 Los autores

Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial
CompartirIgual 4.0 Internacional

índice

<i>Ficción internacional, medios escritos, deportes y música: representaciones de género en GENDERCOM 2022</i>	8
Juan Carlos Suárez Villegas, Sergio Marín Conejo	
ÁMBITOS PERSONALES PERSONAL ÁMBITOS	
<i>Los reflejos del patriarcado en la comunicación</i>	13
<i>Reflections of patriarchy in communication</i> Juan Carlos Suárez Villegas, Sergio Marín Conejo	
<i>Agencia e identidad femeninas en el cine de Momoko Andō. Análisis de Kakeru (2009) y 0.5 mm (2014)</i>	25
<i>Female Agency and Identity in Momoko Andō's films. Analysis of Kakeru (2009) and 0.5 mm (2014)</i> Francisco Javier López Rodríguez	
<i>The representation of a woman judge in the Italian press. The case of Ilda Boccassini</i>	40
<i>La representación de una jueza en la prensa italiana. El caso de Ilda Boccassini</i> Sofia Verza, Giuseppina Bonerba	
<i>Maternidades en tensión y movilidad a través de Marsella (Belén Macías, 2014)</i>	55
<i>Motherhoods in conflict and mobility through Marsella (Belén Macías, 2014)</i> Sonia Dueñas Mohedas, Natalia Martínez Pérez	
<i>Netflix's Maid and representations of masculinities through social class: a textual analysis</i>	68
<i>Maid de Netflix y las representaciones de las masculinidades a través de la clase social: un análisis textual</i> Melissa Boehm	
<i>Shifting Italian masculinities: insights from three male performances in festival of Sanremo 2022</i>	81
<i>Cambios de masculinidad italiana: tres actuaciones masculinas en el festival de Sanremo 2022 para reflexionar</i> Carlotta Antonelli	
<i>Gender games. Gender roles in sport social media challenges: a content analysis</i>	92
<i>Juegos de género. Los roles de género en los retos de las redes sociales deportivas: un análisis de contenido</i> Vittoria Azzarita, Maddalena Carbonari, Marta Grasso, Cosimo Miraglia	

índice

ARTÍCULOS | ARTICLES

<i>Mensajes misóginos en los perfiles de TikTok de la prensa española: estudio y percepción por parte de los jóvenes</i>	110
<i>Misogynistic messages in TikTok profiles of the Spanish press: study and perception by young people</i> Lizette Martínez Valerio	
<i>Entre el «cara a cara» y la multiplicidad de candidatos: el debate electoral televisado en Europa (2019 – 2022)</i>	128
<i>Between the «face to face» and the multiplicity of candidates: the televised electoral debate in Europe (2019 – 2022)</i> Rafael Morales Cumplido, María del Mar García Gordillo	
<i>Cobertura periodística de la exhibición ‘Si nuevas cadenas preparan... el pasito marcha’ del artista plástico ecuatoriano Miguel Varea</i>	148
<i>Journalistic coverage of the artist’s exhibition ‘Si nuevas cadenas preparan... el pasito marcha’ of Ecuadorian plastic Miguel Varea</i> María Magdalena Bravo Gallardo, Fermín Galindo Arranz, Julio Bravo Mancero	
<i>La deconstrucción de la Beautiful Fighting Girl desde el Pígalión. Análisis de NieR Automata (2017) a través de una óptica feminista postestructuralista</i>	171
<i>The deconstruction of the Beautiful Fighting Girl through the Pygmalion archetype. Analysis of NieR Automata (2017) from a feminist poststructuralist perspective</i> Carlos Álvarez Barroso	



Presentación del monográfico

Ficción internacional, medios escritos, deportes y música: representaciones de género en GENDERCOM 2022

Hoy día vivimos un momento social histórico de grandes avances y logros, pero es necesario pensar de nuevo la igualdad de género tanto para revisar los pasos dados como para reflexionar sobre los escollos todavía vigentes. Para que esta igualdad real y efectiva exista, esta se debe dar en el momento mismo de pensar. Es decir, es necesario dar un paso más y pensar no solo en la igualdad sino desde la igualdad, diseñando modelos de convivencia adecuados para las perspectivas, intereses y necesidades de las mujeres. Hasta ahora, este camino hacia la igualdad ha sido recorrido en la dirección marcada por un modelo masculino obviando la amplia variedad de experiencias que proporciona desde el diálogo entre sexo y género.

Recogiendo la reflexión sobre todas estas cuestiones, el Congreso Internacional de Comunicación y Género ha conseguido poner en común propuestas académicas orientadas a detectar, analizar y comprender los discursos de género que, a veces de manera más difusa y otras sin tapujos, se representan en medios de comunicación además de un amplio rango de producciones culturales, desde literarios a deportivos, desde fílmicos o festivales de la canción, atravesando todos los ámbitos y estamentos de nuestra sociedad.

Organizado por el Grupo de Investigación «Pensamiento Crítico, Comunicación y Derechos Humanos» dirigido por Juan Carlos Suárez Villegas, el congreso GENDERCOM ha acumulado un recorrido de más de una década, se inició en 2011, en formato bienal y presencial con la salvedad de un doble congreso en 2022 para recuperar el tiempo perdido durante la pandemia. Cuando se comenzó, era entonces un contexto histórico en el que los estudios de género aún eran incipientes en el ámbito académico con la salvedad de fortines feministas de resistencia y disidencia. Desde entonces, el Congreso no solo ha mejorado en su gestión, también se ha adaptado a los cambios digitales, al desarrollo de las diferentes disciplinas, profundizando en sectores clave, extendiendo su internacionalización y ampliando la aceptación generalizada de este enfoque.

GENDERCOM es una conferencia dedicada al análisis crítico de la construcción de las identidades de género en la sociedad, en los medios de comunicación y en la producción cultural de diversos ámbitos, desde el deporte al arte, pasando por el análisis fílmico o literario; una oportunidad para que la academia e intelectuales que trabajan en el complejo y polifacético campo de los estudios de género y de los medios de comunicación se reúnan e intercambien ideas, con el objetivo de poner de relieve vías de investigación originales en cuanto a temas, método, enfoques de estudio o perspectivas socioculturales.

La conferencia se centra en la coexistencia de resistencias culturales, formas de discriminación, estereotipos y manifestaciones de violencia relacionadas con las identidades de género o las orientaciones sexuales, junto con la aparición de nuevas sensibilidades que promuevan y difundan ideas, imágenes y narrativas más articuladas, inclusivas y respetuosas con la diversidad del ser humano a la hora de expresarse y difundirlo.

Este encuentro presta atención a la dimensión comunicativa de la cultura, las miradas contrastadas sobre la identidad de las mujeres en las distintas sociedades, los efectos éticos y sociales de los medios de comunicación cuyo efecto irremediable como educadores que predeterminan, diseñan y encuadran las tendencias de la opinión pública. Los medios de comunicación son espejos, cóncavos o convexos, de prácticas de igualdad no solo en el plano formal y no de meros discursos retóricos que consideran la igualdad entre hombres y mujeres como su mera representación formal. Por esta razón, este congreso se propuso realizar también un análisis desde una perspectiva crítica de la igualdad de género en los distintos medios de comunicación, estudiando tanto los tratamientos dados a las informaciones como analizando la construcción de las identidades masculina y femenina desde una perspectiva crítica.

Este monográfico se compone de seis artículos que expresan algunas de las aristas temáticas mencionadas arriba. Natalia Martínez Pérez de la Universidad Carlos III de Madrid propone fijar nuestra mirada en el marco de los Estudios Fílmicos y Estudios Feministas. Nos presenta los modelos de madre más popularizados en los medios de comunicación desde los 80 que exigían, como ya argumentaba Virginia Woolf al principio de siglo, sacrificar su carrera profesional y su identidad individual por la prole. Sin embargo, aquellas que conseguían introducirse en el ámbito laboral masculinizado también debían paradójicamente ser ambiciosas y

competitivas. La nueva ola de directoras de ficción audiovisual, sobre todo, traen nuevas propuestas como es el caso de Belén Macías, quien se fija en este cuadro y estudia esta representación de la maternidad ahondando en su complejidad en no lugares a través de una *road movie*: *Marsella* (2014).

Precisamente, seguimos viajando para llegar a Japón, donde más allá de *Kurosawas* también han ido apareciendo directoras de cine que consiguen llegar al gran público reapropiándose de esta manera de un medio que ha invisibilizado a la mujer como agente creador y como argumentos, discursos, estéticas e imaginarios cinematográficos. Una de estas directoras es Momoko Andō, de quien Francisco Javier López Rodríguez, analiza dos de sus aportaciones: *A Piece of Our Life* (*Kakera*, 2009) y *0.5 mm* (*0.5 miri*, 2014). En estas, la directora aborda la imagen de la mujer en el cine japonés aportando una visión de resistencia al patriarcado a la par que inclusiva y reivindicadora. Así, con este análisis, encontramos una rescritura de la agencia e identidad femeninas.

Volvemos a la maternidad, pero con otro foco, al analizar una serie de 10 episodios muy popular y que fue nominada a tres premios Globo de Oro: *Maid* (2021). Inspirada en las memorias de Stephanie Land, la serie narra la lucha constante de Alex, una madre soltera blanca, heterosexual y cisgénero que vive en el noroeste del Pacífico de Estados Unidos y que necesita desafiar la masculinidad hegemónica imperante para obtener el espacio seguro de una *habitación propia*. Nuestra colega Melissa Boehm realiza un análisis textual cualitativo no tanto de los devenires de la protagonista, sino que documenta las representaciones y construcciones de las masculinidades de la clase trabajadora y clase media del que bebe el concepto de estereotipado de las masculinidades hegemónicas que oprimen al varón. Para ello compara los modos de vida de algunos de los protagonistas masculinos: hogares, trabajos, antecedentes familiares, actividades de ocio y consumo de alcohol y drogas. Con todo ello, obtenemos un modelo con las nociones comunes de las parejas románticas en los Estados Unidos.

Precisamente, nuestra siguiente propuesta aborda un ámbito típicamente masculinizado debido a la fuerte relación representativa del cuerpo humano: el deporte. Para acotar, se investiga este en el nuevo ámbito de las plataformas de redes sociales. Con «Juegos de género», de la Universidad de la Sapienza de Roma, Cosimo Miraglia, Maddalena Carbonari, Vittoria Azzarita, y Marta Grasso trabajan sobre los roles de género de las redes sociales deportivas con un análisis del contenido. Esta interesante propuesta

profundiza sobre la idea estereotipada de los «deportes femeninos» y «deportes masculinos», y que promueven o cuestionan las ideas sobre la feminidad y la masculinidad, usando el escarpelo en mil vídeos de *Facebook*, *Instagram*, *TikTok* y *YouTube*. Si bien estas plataformas en internet son nuevos espacios simbólicos y expresivos, en relación con el deporte, no parece que podamos encontrar formas novedosas de autorrepresentación e interacción.

También fuera del ámbito de la ficción, aunque bien podría haber sido una serie, la aportación de Sofia Verza, del *Centre for Media Pluralism and Media Freedom*, versa sobre la figura de una jueza, Ilda Boccassini, quien dirigió investigaciones contra el acusado Silvio Berlusconi. Verza revisa cuatro medios de la prensa italiana en 2011 de diferente encuadre político. Si por un lado, la representación mediática del poder judicial en Italia ha pasado de la exaltación de la judicatura que trabaja en casos de relevante interés público a un creciente conflicto entre el órgano judicial y la élite política, los encuadres de prensa referidos a la jueza destacan por la escasa representación de la profesionalidad y la competencia de Boccassini, si obviar un uso prevalente de estereotipos de género y atención instrumental a su vida privada.

Para cerrar este monográfico, nos quedamos en Italia con la música de uno de los eventos con más reconocimiento en el país y quizá el de más impacto internacional, el Festival de Sanremo. Carlotta Antonelli analiza las canciones como productos culturales y cómo el festival ha servido de plataforma para la difusión de mensajes políticos o cuestiones sociales. En las últimas ediciones, se han visto actuaciones que desafían los roles tradicionales de género con cambios en las masculinidades italianas. Por ello, Antonelli nos proporciona algunas reflexiones sobre tres actuaciones masculinas en este Festival y que representarían tres formas diferentes de interpretar la masculinidad en el escenario.

Juan Carlos Suárez Villegas

Universidad de Sevilla (España)

Sergio Marín Conejo

Universidad de Granada (España)

Coordinadores del monográfico

The background of the image is filled with a complex pattern of blue contour lines, similar to a topographic map. The lines are thin and vary in density, creating a sense of depth and movement. They form various shapes, including loops, spirals, and elongated forms, all in shades of light blue.

ámbitos personales
personal ámbitos

Los reflejos del patriarcado en la comunicación

Reflections of patriarchy in communication

Juan Carlos Suárez Villegas

Universidad de Sevilla | San Fernando, 41013, Sevilla, España

 0000-0002-2199-7028 · jcsuarez@us.es

Sergio Marín Conejo

Universidad de Granada | Av. del Hospicio, 1, 18071 Granada, España

 0000-0002-3022-6532 · smarin@us.es

Fechas: Recepción: 01/12/2022 · Aceptación: 21/12/2022 · Publicación: 15/01/2023

Resumen

En este artículo se analizan algunas cuestiones en las que aún se perciben las presunciones del patriarcado en la comunicación. En concreto, se analizan la construcción de la identidad de género en el modelo de heteronormatividad patriarcal y el tratamiento de la violencia de género. Persiste una mirada micromachista que ilustra la pervivencia de una desigualdad tamizada en los tiempos de lo políticamente correcto. Invertir estas inercias culturales exige creatividad comunicativa para evidenciar otras formas de plantear los problemas, con una visión más amplia que el relato episódico de dichos acontecimientos que permita alcanzar las raíces culturales de dichos problemas. Los medios de comunicación administran el caudal simbólico de las identidades de género en el imaginario social. Se propone una visión integradora de la igualdad que supere la visión jerárquica entre las cualidades asociadas a lo masculino o lo femenino en un horizonte vital común de lo humano. Esta mutación del machismo en los tiempos democráticos puede resultar más difícil de detectar y combatir pues queda integrada en las dinámicas sociales y se invisibilizan. Este artículo propone revisar en cuatro puntos estos reflejos patriarcales en el ámbito de la comunicación que aún persisten con base en algunos casos y expone en su conclusión el fracaso del modelo de masculinidad patriarcal.

Palabras clave: patriarcado, comunicación, heteronormatividad, micromachismos, violencia simbólica.

Abstract

This article analyses some issues in which the presumptions of patriarchy are still perceived in communication. Specifically, it focuses on the construction of gender identity in the model of patriarchal heteronormativity and the treatment of gender violence. A micromachist (instances of male chauvinism) gaze persists, illustrating the persistence of an inequality that has been filtered through the times of political correctness. Reversing these cultural inertias requires communicative creativity in order to highlight other ways of approaching the problems, with a broader vision than the episodic account of these events that allows us to reach the cultural roots of these problems. The media manage the symbolic wealth of gender identities in the social imaginary. We propose an integrating vision of equality that overcomes the hierarchical vision between the qualities associated with the masculine and the feminine in a common vital horizon of the human. This mutation of machismo in democratic times can be more difficult to detect

and combat because it is integrated into social dynamics and is made invisible. This article reviews in four points these patriarchal reflexes in the communication realm that still persist today based on some cases and, in its conclusion, it exposes the failure of the patriarchal model of masculinity.

Keywords: *patriarchy, communication, heteronormativity, micromachisms, symbolic violence.*

1. Introducción

Aunque han pasado más de 300 años, escribía Margaret Cavendish en la Inglaterra de 1655:

Así, por una opinión, que espero que no sea más que una opinión errónea en los hombres, se nos excluye [a las mujeres] de todo poder y autoridad, se nos desprecia y se ríen de nosotras, las mejores de nuestras acciones son pisoteadas con desprecio, por la arrogancia que los hombres tienen de sí mismos y por el desprecio que tienen hacia nosotras. (1655, p. 7; traducción de los autores)

Esta descripción de la misoginia, perceptible como «una opinión», se mantiene hoy en día, aunque se haya optado por formas de igualdad formal, ajustada a lo políticamente correcto y que ofrecen una superficial sensación de respeto a los derechos y oportunidades de las mujeres. Sin embargo, este reconocimiento formal no garantiza la justicia social. Por el contrario, se convierte en un obstáculo reforzado en tanto que declara una igualdad legal que no se corresponde con las dinámicas sociales de integración e igualdad de oportunidades.

El resultado que subyace, en manera abstracta, es «esa violencia que arranca sumisiones que ni siquiera se perciben como tales, apoyándose en unas expectativas colectivas, en unas creencias socialmente inculcadas» (Bourdieu, 1999, p. 173), y que, aplicado a la violencia de género, ha evolucionado en una forma más compleja de machismo que ha mutado, y que aprovecha el lenguaje formal de la igualdad, pero evita su reconocimiento efectivo. Se están haciendo videntes formas de discriminación comunicativa hacia las mujeres que pasan desapercibidas. Es decir, de forma más sutil, emergen nuevas maneras de dominar que muestran cierta tolerancia con la igualdad en los papeles (formal) pero que no aceptan la igualdad de funciones (material) entre las mujeres y los hombres.

A esta apariencia aterciopelada del patriarcado se le ha denominado micromachismo, concepto acuñado por el psicólogo argentino Luis Bonino Méndez (mencionada por primera vez en 1992, cuenta con varias modificaciones posteriores) refiriéndose a actitudes de dominación «suave» o «bajísima intensidad», formas y modos larvados y negados de abuso e imposición en la vida cotidiana. Para Weber la dominación es una construcción social y por lo tanto es imprescindible el estudio de los mecanismos que crean obediencia, dominio y legitimidad (Weber y García, 2012).

Estas «prácticas de dominación y violencia masculina en la vida cotidiana, del orden de lo ‘micro’, de lo capilar, lo casi imperceptible, lo que está en los límites de la evidencia» (Bonino, 1998, p. 3) exigen un examen más riguroso desde los distintos ámbitos de la realidad social para detectarlo y producir un cambio profundo sobre las convicciones de género. El micromachismo adopta expresiones camufladas en comentarios, gestos, actitudes y decisiones que siguen manteniendo una jerarquía de

valor entre lo masculino y lo femenino. Este modelo aterciopelado de igualdad, que no lo es, adapta el patriarcado a lo políticamente correcto manteniendo sus convicciones sobre la desigualdad por razones de género.

Estos micromachismos no discuten la igualdad, sino más bien optan por ridiculizarla, como si la inversión de roles sociales fuese contra natura. Por tanto, el machismo acepta que las mujeres ocupen el espacio público si puede ser con los criterios exigidos de belleza femenina y la competitividad masculina, es decir, que sea mujer y a la vez independiente, según el modelo masculino y, por supuesto, en una posición subordinada al hombre. Sin embargo, las mujeres que toman esta decisión han de saber que comporta un doble trabajo y no parece razonable que pretenda insertar a su compañero en un ámbito femenino para el que no ha sido educado.

2. De-construyendo la presunción binaria de la sexualidad

El filósofo francés del siglo XVII François Poullain de La Barre (Cazés, 2007), la desigualdad social entre hombres y mujeres no se debe a la naturaleza, sino a la sociedad. Pues la diferencia no es un motivo para la desigualdad, sino la interpretación cultural de dicha diferencia. La biología es un dato sobre el que se hacen dos lecturas, una individual, de la identidad del sentirse y de ser; y otra cultural, de pertenecer y «deber ser», de acuerdo con mandatos dictados por la construcción social de las identidades de género (Butler, 1990; Aparisi- Miralles, 2016). Estos últimos cambian según las culturas, en las que se atribuyen roles distintos de acuerdo con las diversas funciones vitales como la crianza de los hijos o la distribución del trabajo. Sistemas más básicos de organización social generan estructuras de menor movilidad en los roles de género, asunto que cambia en sociedades más desarrolladas tecnológicamente en las que se requieren capacidades intelectuales y organizativas (Benhabib y Cornell, 1990).

No ha sido hasta tiempos recientes cuando se ha atendido a la idea de una identidad de género múltiple y multiforme, superando el discurso de la condición de género binaria. Se ha reconocido que existen otras alternativas, que mezclan rasgos masculinos y femeninos, pero sin ser ninguna de ellas, sino identidades de género singulares. Esta subjetividad depende no solo de los rasgos físicos de los individuos, como en el caso de los intersexuales, sino también de los roles sociales, sensibilidades y orientaciones sexuales que se desarrollen.

Sin embargo, la sociedad occidental ha legitimado un sistema de género que repudia cualquier identidad no heterosexual, reforzando convicciones culturales como la polaridad entre hombres y mujeres o entre heterosexual, como normal, y homosexual, como una especie de excepcionalidad y rareza que debe ser tolerada pero no es admitida en condiciones de igualdad. A partir de esta división se considera como sexo legítimo la relación heterosexual y se criminaliza socialmente la homosexualidad, como una conducta desviada, cuando no depravada.

El heterosexismo, propio de la cultura patriarcal, legitimó un sistema de género que repudia cualquier identidad no heterosexual, reforzando creencias como la división de los seres humanos en dos categorías distintas y estableciendo como únicas relaciones sexuales legítimas las mantenidas entre personas de sexos opuestos, con la finalidad de la procreación. Desde esta perspectiva, las relaciones no dirigidas a la procreación se consideran perversiones sexuales, acentuadas con el sentido religioso

de la culpa y el pecado, lo que contribuye a reforzar la idea de las relaciones sexuales normales y otras patológicas. Al dar por sentado la naturalidad de la heterosexualidad, la sociedad consolida varios mecanismos de represión contra otras orientaciones sexuales, difundiendo la negación de la cultura homosexual y transexual, y favoreciendo los prejuicios sexuales, que se refieren a actitudes negativas basadas en la orientación sexual.

En el marco de las subjetividades de género, vinculadas a las orientaciones sexuales, el transexualismo y el transgenerismo enriquecen y complejizan este esquema binario (Benjamin, 1968; Bisogno y Ronzon, 2007; Ruspini, 2003; Lingiardi, 2012; Levitt e Ippolito, 2014). Al transexualismo cabría entenderlo como la no identificación con el propio cuerpo, una disociación identitaria que conduce a querer encontrar en el cuerpo la expresión física de la experiencia subjetiva de la sexualidad. Dicha decisión busca poner fin a ambigüedad e incomodidad de hallarse en un cuerpo que no le representa, y hacerlo para dotar de coherencia su discurso afectivo, psicológico y de su propio cuerpo, de tal manera que llegue a ser reconocido y admitido con su auténtica identidad sexual.

Basado en estas convicciones culturales se construye un relato social y comunicativo en la conformación de las identidades de género. Los estereotipos de género tienen la fuerza para naturalizar las diferencias organizadas de acuerdo con una lógica binaria hombre-mujer, llegando al error de cristalizar la masculinidad y la feminidad, separándolas e interpretándolas como categorías más homogéneas de lo que son. A través de los roles de género, se construyen estereotipos sexuales precisos que se asientan en la sociedad. Siguiendo a sociólogo Erving Goffman, podemos decir que las diferencias de género se construyen diariamente, a través de la estructura del mercado laboral, la divergencia en las pautas escolares, la división de tareas dentro de la familia, pero, sobre todo, a través de una ritualización continua que las hace fácilmente reconocibles y obvias. Ejemplos de estos agentes educativos de la identidad de género son la publicidad, los medios de comunicación y la esfera de consumo que tienden a ofrecer territorios simbólicos bien diferenciados desde una edad temprana. Para las mujeres tales territorios se decoran en rosa, con flores, copos y estrellas, mientras que, para los hombres, se les asigna un valor de formalidad, seriedad y competitividad, cualidades que tendrían que ver con una conducta eficaz, símil de su condición viril, y un control emocional en sus decisiones.

Los medios de comunicación no son imparciales en sus discursos. A través de ellos difunden y cultivan representaciones precisas de género que contribuyen a reforzar y legitimar el orden social en las funciones de género, utilizando esquemas simplificados que enfatizan los mandatos culturales según la identidad de cada sujeto. Para Goffman (1976, 2012), el anunciante debe mostrar que los valores simbólicos del producto no están alejados de los imaginarios de sus consumidores, pues forman parte de rituales sociales de pertenencias. En una breve historia, proyecta un esquema de vida con el que rápidamente se puedan identificar. Una microestructura de la realidad social, en la que se actúa de acuerdo con criterios fácilmente reconocibles, lo que conduce a una simplificación peligrosa cuando se trata de mostrar una diversidad sexual rica de matices identitarios. A nuestro juicio, los medios de comunicación deberían ofrecer modelos más abiertos de identidad sexual, que contribuyan al reconocimiento de la diversidad sexual.

3. ¿No es el modo de informar de la violencia de género otra evidencia del sesgo patriarcal de la desigualdad de género?

Otra de las manifestaciones de este «miopismo» patriarcal sobre la igualdad de género es el tratamiento que los medios de comunicación ofrecen una mirada desenfocada de la violencia de género, pues se ofrece una descripción de la tragedia que sólo contribuyen al victimismo de las mujeres y la publicidad de la barbarie del guion criminal del hombre, de quien no suele decirse nada, excepto alguna causa justificadora, como crimen pasional o estado de embriaguez. Se reproduce así una y otra vez un retrato del machismo y se asume que son cosas que pasan, porque la relación de pareja incluye ese riesgo criminal debido a las actitudes patriarcales latentes.

Los medios contribuyeron a concienciar a la opinión pública de que no podía mirar para otro lado. Pero conviene repensar cuál debe ser ahora los modelos de información para lograr mayor conciencia de un problema de enorme calado social como es la violencia de género. Resulta necesario optar por formatos informativos más reflexivos y basado en el análisis sociológico del problema en el conjunto, a fin de identificar factores de riesgo que puedan ayudar a prevenir dichas conductas. También será importante contribuir a la difusión de historias superadoras de los episodios de violencia y no restar sólo en aquellas otras marcadas por la tragedia.

También enfoques positivos de hombres implicados en potenciales situaciones de conflictos de parejas. Convendría a este respecto invocar las virtudes del denominado *slow journalism* frente al modelo de noticias de sucesos que hasta ahora ha caracterizado las piezas informativas de violencia de género. Pues la muerte de las mujeres no es un accidente ni son actos impersonales, sino acciones criminales de autores con una conciencia moral y una construcción social de su personalidad que habrá que deconstruir para ver de qué modo se puede llegar hasta las causas de esta lacra social.

4. Observaciones en torno al tratamiento mediático de la violencia de género

Casi a diario conocemos nuevos casos de violencia de género a través de los medios de comunicación, lo que ha motivado una ingente cantidad de documentos sobre cómo mejorar el tratamiento informativo de dicho asunto de especial sensibilidad social. Prácticamente, todas estas guías coinciden en una serie de recomendaciones comunes: evitar el sensacionalismo, respetar la intimidad de la familia de la víctima, informarse por fuentes fiables, no presentar la violencia como un arrebato pasional, no presentar los casos de violencia como un macabro contador de víctimas... y otras tantas sugerencias. El propósito es evitar la paradoja de que la denuncia de esta tragedia tenga un efecto contraproducente y termine por normalizar la condición social de la mujer víctima y hombre maltratador como categorías disponibles en el imaginario colectivo, por lo que actuar con violencia o sufrirla formaría parte de lo que cabría esperar de ser hombre o mujer, la corteza social que ocupa nuestra identidad de género.

Los estudios cuantitativos evidencian los distintos aspectos de la mala praxis informativa de la violencia de género, y ponen de relieve que se mantiene una narración patriarcal, y aunque se defiende a los derechos de la mujer, la propia óptica está hecha desde el modelo cultural que se pretende combatir. Criticar los errores (horrores, con frecuencia) del maltrato informativo resulta relativamente fácil. Por ejemplo, el detallismo trágico, que explica con todo lujo de detalles el modus operandi del asesino, justificarlo como un crimen pasional, o ahondar en modelos de vida asociados a

los estereotipos de la mujer, ya sea porque se califica como una buena madre de familia, sumisa o, de lo contrario, aludir a estilos de vida más liberales que conducen al celo de su pareja y, por tanto, ella es quien también resulta culpable de sus actos.

En este asunto convergen diversas cuestiones que convendría diferenciarse. Por un lado, la percepción social de las relaciones de género, por otra, la dinámica de la construcción de la realidad a través de los medios. Ambas están interconectadas y llegan a constituir fases sucesivas que se retroalimentan en un círculo vicioso entre imagen y realidad. La comunicación es un espejo del imaginario social y ejerce una influencia normativa difusa, pues sin que existan leyes, todos y todas queremos parecernos y ser como aquellos seres que representan el éxito y el fracaso social. Se educa a través de los discursos y las imágenes. Las formas y las *performances* son más importante que los contenidos. Aunque ambas cuestiones pueden ser tratadas de manera diferencial, a través del trabajo de campo de la realidad social o el análisis de los discursos mediáticos, sin embargo, guardan una estrecha relación, como si fuese una radiografía una de otra, pues las propias percepciones de la realidad vienen mediadas por las voces inducidas del eco mediático. Por ejemplo, en el tratamiento de la violencia de género se pretende corregir los discursos porque así se logrará también afectar a la mirada social de este problema. El primer paso para la solución consistirá precisamente en reconocer la existencia de una injusticia social, una llamada a la conciencia colectiva de situaciones que hasta una fecha pasaban desapercibidas por el espesor de las costumbres sociales y de momento emerge una conciencia nueva de que no puede ser admisible ciertas conductas asociadas al modelo de sociedad aceptado. En esta tarea la comunicación adquiere una dimensión pedagógica indiscutible, pues la representación en el escenario mediático es una manera simbólica de reconocer de manera anticipada otra manera de entender la realidad. Por eso, los medios deberían tomarse en serio su función de promotores de los valores de una cultura democrática.

A este respecto, conviene examinar los efectos del tratamiento informativo de temas de especial sensibilidad social. ¿Se consigue combatir la violencia de género tal y como viene siendo tratada por los medios de comunicación? En los primeros tiempos la publicación de dichas noticias tuvo un importante efecto para despertar la conciencia social sobre un tipo de delito encubierto por una errónea concepción de la privacidad. La denominada violencia doméstica había convertido la convivencia de muchas mujeres en una prisión, amparada en la presunción de un modelo de relaciones de parejas y de familia en la que ella debía ser sumisas a sus parejas masculinas. A finales de los años 90 del siglo XX, salieron a la luz historias de mujeres que denunciaban años de maltratos como su *modus vivendi*, como hiciera Ana Orantes Ruíz (1937-1997) en el programa de televisión 'De tarde en tarde' de Canal Sur y que tendría como represalia que su esposo la quemara viva trece días después. Fue la gota que colmó el vaso. Lo sorprendente de aquel caso, que no se suele referir, era la naturalidad con la que la víctima contaba dichos episodios como si fuera algo asumido y contra lo que no podía luchar, como una condición del modo de ser o del carácter de su marido. Lo que se calificaba habitualmente como «lo que le había tocado», es decir, su condición de mujer entrañaba ese riesgo de soportar a un hombre con malos modales o borracho, pues no era incompatible como su posición de mujer que debía asumir el cuidado de su familia y también de su propio maltratador. Era la naturalización de la mujer maltratada como una manera de reflejar la pertenencia a un modelo cultural que expresaba el dominio del hombre por el hecho de ser tal. De hecho, en la propia intervención de Ana Orantes se advierten ciertos tonos cómicos o actitudes de condescendencia hacia el maltrato como un accidente de la relación contra el que no podía luchar.

La naturalidad con la que la víctima relataba aquellos episodios contrastaba con la barbarie de los hechos contados. Fue la primera mujer que le puso nombre y apellidos de un secreto a voces que era el sufrimiento de las mujeres en el seno de las propias relaciones familiares. Por eso, su asesinato supuso un punto de inflexión, pues se le puso rostro a las víctimas y dejó de ser otro caso anónimo de violencia de género, sino el de la mujer que había salido en televisión y había contado el maltrato sistemático que sufría a manos de su esposo.

A partir de dicho episodio los medios de comunicación incluyeron en la agenda informativa la denuncia de los casos de maltratos, entendido no como episodios aislados de sucesos, sino como un problema estructural que afectaba a toda la sociedad. El reflejo de la dominación masculina en su vertiente más trágica. Se optó por hacer política de Estado contra la violencia de género y tomarse en serio medidas para combatir un fenómeno reiterado de hombres que matan a mujeres con las que mantienen algún tipo de relación sentimental o llámese como quiera pero que desarrollan un sentido de pertenencia o subordinación con respecto a él. La ley contra la violencia de género llegó en 2004, Ley Orgánica de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género, para combatir las desigualdades entre hombres y mujeres. Venía a poner de relieve que la violencia de género no era un acto de violencia más, sino una expresión o signo de un modelo de cultural que debía corregir esa inclinación o tendencia de los hombres a ejercer conductas de control sobre las mujeres, como una manera de entender su propia identidad masculina. Calificaba y cualificaba dichas conductas como crímenes por razones de género, pues se advertía un animus específico de dominación latente o ejercida por considerar que era justo su condición del hombre/pareja lo que motiva dicha violencia.

Estas medidas legislativas se adoptaron también en un momento de importante impulso de las políticas de igualdad y el empoderamiento de las mujeres que advirtieron que unidas su lucha se hacía más fuerte. Por eso, el movimiento asociativo del feminismo promovió medidas para la protección de las mujeres maltratadas para que pudieran salir de ese círculo vicioso de la violencia. Pues lo más difícil en tales casos es aceptar que la violencia no está justificada y romper su complejo de culpa por el estilo de vida que asumía como una suerte natural de la convivencia en pareja, como el precio a pagar para asumir su rol de compañeras o madres, frente a hombres que parecía que gozaban de una mayor libertad para hacer sus vidas. Era difícil romper este esquema, cuando era el modelo de referencia de sus madres y de generaciones previas. Había una enseñanza de vida aprendida sobre cuál debía ser las virtudes de las mujeres para lograr una vida exitosa para su familia, aunque fuera a costa de su sacrificio personal. Era un modelo reforzado también por otros códigos simbólico de la cultura, como la religión, el arte o la educación. Mujeres construidas al gusto de los hombres y para los hombres.

La función de los medios de comunicación para denunciar la violencia de género fue decisiva. No siempre con plena coherencia, pues junto a esas denuncias persistían otras representaciones machistas de las mujeres, como objeto del deseo sexual o incluyendo en sus páginas anuncios de prostitución como parte de su negocio. Permítanos indicar que eran noticias que con frecuencia parecían más bien responder a una moda mediática que a un interés efectivo por sumarse a la causa de la lucha contra dicha lacra social. De hecho, el tratamiento dejaba mucho que desear, pues se anteponía antes el modus operandi del asesino que una perspectiva crítica que permitiera entender qué representaba ese tipo de asesinato. Se incurrió en un detallismo trágico y se vendía la sangre de las mujeres como argumentos sensacionalistas.

Esta dinámica de publicitar los casos de violencia de género resultaba contraproducente a sus propósitos, pues las mujeres eran noticias cuando eran víctimas y su cuerpo estaba manchado de sangre, contribuyendo a reforzar un victimismo de las mujeres como uno de los clichés patriarcales. En otras palabras, este tratamiento informativo más bien contribuía a legitimar la violencia de género antes que a combatirla, pues su relato constituía una ejemplificación de lo que hacen -o deberían hacer- los hombres cuando las mujeres escapan de su control, y de mujeres víctimas como parte del accidente de las relaciones de género. Quizás era un resultado indeseado e inconsciente, pero parecía evidente que relatos de la violencia de género como algo que les pasa a las mujeres, en las que la figura del asesino está casi desaparecida, y si se menciona es para referirse a motivos pasionales o excéntricos de su conducta, propicia una imagen distorsionada de la violencia de género.

No menos llamativo resulta la práctica omisión del autor de los hechos. Puede parecer que se hace por preservar su presunción de inocencia. Podría tener sentido cuando es objeto de investigación, pero incluso en los casos de autores confesos, el peso del relato informativo se pone sobre la víctima. Hay hombres que asesinan y no mujeres muertas, por lo que convendrá dejar claro quién es el criminal, no para darle un protagonismo indeseado, sino para entender y desvelar desde una perspectiva más amplia patrones de conductas o su personalidad psicológica como un asunto de interés social, tal y como sugiere el manual de América Latina Genera:

El agresor debe ser identificado en cuanto a su comportamiento para que otras posibles víctimas puedan identificar la figura de un maltratador [...] Ahondar en otras manifestaciones de violencia que el agresor haya ejercido sobre la víctima: insultos, amenazas, humillaciones, control de sus movimientos, control económico, etc. que dan cuenta de la historia violenta que hoy es noticia, y, además, sirven para ofrecer ejemplo de conductas frente a las que hay que estar advertidos. (Molina y Porras, 2011, pp. 131-132)

Prácticamente es la única alusión que hemos hallado en códigos deontológicos o recomendaciones sobre el tema de violencia de género referida al hombre. Pues este, que es el autor de los hechos, prácticamente no se menciona. Parece un agente accidental a lo que le ocurre a la mujer (que es asesinada) pero no se pone en primer plano la acción criminal, el reproche moral y la indignación social contra el sujeto que comete la acción. Por el contrario, sólo se alude a él cuando se esgrimen excusas para justificar sus actos, como si fuese una locura excepcional o transitoria provocada por la misma víctima.

Este tratamiento es fruto de dinámicas informativas que seguramente no permitían otras opciones que recoger los datos escabrosos de los hechos y construir un docudrama de la violencia de género. La denuncia convertida en una reiteración mecánica de los casos de violencia salpicados de sensacionalismo sólo conduce a la insensibilización de la opinión pública, pues se acostumbra a escuchar tales noticias como si fuesen patrones normalizados en las relaciones de pareja. Por eso, conviene evitar caer en dicha reiteración de noticias escabrosas y darle una perspectiva distinta que aborde este grave problema desde una óptima más amplia que abarque sus causas y ofrezca criterios para combatirlo de manera eficaz.

Desgraciadamente, se incurre en un círculo vicioso que sólo favorece el sensacionalismo mediático, en una especie de apuesta de a ver quien comete el crimen más horrendo que se pueda contar. Basta de reiterar muertes de mujeres como un contador trágico, de relatar las excusas absurdas de su

verdugo o de ejercer una compasión social con las víctimas. Más conveniente parece aludir a estos hechos con una perspectiva pedagógica, analizar lo que está fallando en los modelos de identidades de género y la construcción de los distintos escenarios compartidos por hombres y mujeres. Reconocer los síntomas de esa mala educación que se intenta corregir y superar, pues las noticias de violencia de género no son sucesos caracterizados por el impacto emocional y sensacionalista de la tragedia. Adoptar esta perspectiva favorece la idea del maltrato y la victimización de las mujeres. Algunos estudios y encuestas han puesto de manifiesto la reticencia de las mujeres a denunciar, por diversas razones. Entre las más citadas están: el miedo al agresor, la minimización (habitamiento o acostumbramiento) del maltrato, evitar la vergüenza de que su fracaso familiar y su mala vida sea exhibida en su entorno social más próximo. No aporta un ápice de esperanza a las mujeres, aun cuando se acompañe de un teléfono de servicio para denunciar el maltrato, que resulta contradictorio, pues sería más oportuno hacerlo a propósito del relato de las mujeres que consiguieron romper con el círculo de la violencia.

5. Conclusiones

Con frecuencia, la desigualdad por razones sexuales o de género no se perciben porque fuimos educados con categorías rígidas en un modelo identitario binario de la condición humana, de tal manera que hasta ciertas formas de injusticia social quedan naturalizadas dentro del orden patriarcal. Miramos desde esas identidades aprendidas y la desigualdad queda pegada a nuestros ojos, por lo que actitudes y conductas inadmisibles por un pudor cultural hacia el otro/a son aceptadas con normalidad. El micromachismo adopta estrategias sutiles con las que recordar la vigencia de un orden «natural» en las relaciones de dominación entre hombres y mujeres y lo hace con nuevos estereotipos intensificados de la identidad masculina y femenina. Se suavizan los discursos, pues no se incurre en burdas discriminaciones de las mujeres en el espacio doméstico, sino que se opta por demostrar la incompetencia del hombre para estas tareas. El micromachismo es una violencia simbólica que recuerda la vigencia de las convicciones patriarcales en el diseño de la sociedad. Por esta razón, es importante educar en igualdad desde la más temprana edad, pues a ser iguales se aprende jugando, ya que son en esas primeras manifestaciones lúdicas y aparentemente desenfadadas donde se va configurando los primeros escenarios simbólicos de nuestra identidad. Pero además de la familia y la escuela, la comunicación envuelve el conjunto de discursos sociales en imaginario colectivo que actúa como espejo donde mirar nuestra identidad.

La violencia de género además del sufrimiento y la muerte de las mujeres constituye una evidencia del fracaso del modelo de masculinidad patriarcal. Una superioridad que significa inflexibilidad para entender las relaciones en modelos horizontales de relaciones, resultando finalmente dicha superioridad un enorme complejo de inferioridad cuando las relaciones no responden a los mandatos de género aprendidos. Para lograr un modelo de identidad masculina flexible y abierta se requieren cambios simultáneos en distintos ámbitos. Es una cuestión educativa que ha de comenzar desde la edad temprana y que debería acompañarse de relatos infantiles y juveniles además de contenidos mediáticos que transmitan esta idea de respeto e igualdad real (no política) en la condición social y cultural de mujeres y hombres.

Bibliografía

- Aparisi-Miralles, A. (2016). Discursos de género: el modelo de la igualdad en la diferencia. *Arbor*, 192 (778), 303-311. <https://doi.org/10.3989/arbor.2016.778n2006>
- Benhabib, S. y Cornell, D. (1990). *Teoría Crítica y Teoría Feminista*. Alfonso el Magnánim.
- Benjamin, H. (1968). *Il fenomeno transessuale. Rapporto scientifico sul transessualismo e sui cambiamenti di sesso*. Astrolabio.
- Bisogno, F. & Ronzon, F. (2007). *Altri generi. Inversioni e variazioni di genere tra culture*. Il Dito e la Luna.
- Bonino, L. (1998). Desvelando los micromachismos en la vida conyugal. <https://bit.ly/3V1ripi>
- Bourdieu, P. (1999). *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Anagrama.
- Butler, J. (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. Routledge.
- Cazés, M. (2007). *Edición crítica de obras feministas de François Poullain de la Barre*. UNAM-CIICH.
- Cavendish, M. (1655). *Philosophical and Physical Opinions*. J. Martin and J. Allestrye.
- Goffman, E. (1976). *Gender Advertisements*. Harper and Row.
- Goffman, E. (2012). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu.
- Levitt, H.M. & Ippolito, M.R. (2014) Being Transgender: The Experience of Transgender Identity Development. *Journal of Homosexuality*, 61(12), 1727-1758. <https://doi.org/10.1080/00918369.2014.951262>
- Lingiardi, V. (2012). Scarti di genere: percorsi diagnostici, paesaggi uman. *Educazione sentimentale*, 18(2), 65-79. <https://doi.org/10.3280/EDS2012-018008>
- Molina, S. y Porras, L. (2011). *Manual de Género para Periodistas*. PNUD. <https://bit.ly/3V7kYMU>
- Ruspini, E. (2003). *Le identità di genere*. Carocci.
- Weber, M. y García, J. A. (2012). *Sociología del poder: Los Tipos de Dominación*. Alianza Editorial.

Semblanza de los autores

Juan Carlos Suárez Villegas (grupo de investigación: Pensamiento Crítico, Comunicación y Derechos Humanos, Universidad de Sevilla). Catedrático de la Universidad de Sevilla. Ha sido miembro de la Comisión Nacional de deontología del Periodismo, Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), entre 2012 y 2018. Actualmente es Presidente de la Comisión de Deontología y Garantías del Colegio Profesional de Periodista de Andalucía, desde noviembre de 2016. Así como responsable de la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC) en Andalucía desde 2009. Sus principales líneas de investigación se han centrado en la ética y deontología de la comunicación, con más de diez libros y más de una treintena de artículos científicos y aportaciones a congresos internacionales. Entre sus trabajos, cabría destacar *Principios de Ética Profesional. A propósito de la actividad informativa* (Tecnos, 2001); *Ética periodística y Ciudadanía* (2010), *La libertad de Expresión en España e Iberoamérica* (ed., 2011); *Ética del periodismo digital* (2015, Il Sextante); *Cuestiones de Ética de la Comunicación* (ed., Dykinson, 2016). *La maternidad masculina. Y otros ensayos sobre la igualdad entre mujeres y hombres desde otro punto de vista* (Dykinson, 2012), traducido éste al inglés y al italiano. Entre sus contribuciones a obras colectivas, el capítulo

sobre el tratamiento informativo de la violencia de género en los medios de comunicación, en (Inés Canle, ed.) *Justicia, Medios de Comunicación y Violencia de Género*. Tirant lo Blanch, 2012, premiado por el Instituto de la Mujer.

Sergio Marín Conejo (grupo de investigación: Pensamiento Crítico, Comunicación y Derechos Humanos, Universidad de Sevilla) - Universidad de Granada. Doctor en filología por la Universidad de Sevilla tras realizar el máster oficial en Estudios de Género y Desarrollo Profesional en la misma institución, es profesor sustituto interino en el dpto. de lengua inglesa de la facultad de filología de la Universidad de Sevilla. La tesis doctoral, con mención cum laude e internacional, se denominó «Lenguaje y género: aproximaciones desde un marco teórico». Las líneas principales de investigación consisten en analizar el lenguaje, el discurso y la literatura con perspectiva de género y feminista. Actualmente es Ayudante Doctor en la Universidad de Granada, secretario de la *Revista Internacional de Pensamiento Político* (ISSN: 1885-589X) y miembro del equipo editor de *AMBIGUA, revista de Investigaciones sobre Género y Estudios Culturales*.



monográfico
monographic

Agencia e identidad femeninas en el cine de Momoko Andō. Análisis de Kakeru (2009) y 0.5 mm (2014)

Female Agency and Identity in Momoko Andō's films. Analysis of Kakeru (2009) and 0.5 mm (2014)

Francisco Javier López Rodríguez

Nanzan University | 18 Yamazato-cho, Showa-ku, 466-8673, Nagoya, Japón

0000-0002-0250-1664 · flopez@nanzan-u.ac.jp

Fechas: Recepción: 01/06/2022 · Aceptación: 31/08/2022 · Publicación: 15/01/2023

Resumen

El estudio y la crítica occidental del cine japonés han priorizado tradicionalmente la obra de cineastas masculinos, pero en las últimas décadas ha surgido una nueva generación de mujeres directoras en Japón. El análisis de sus obras resulta necesario puesto que muchas de ellas muestran la intención de reescribir la imagen cinematográfica de la mujer. Este trabajo se centra en la directora Momoko Andō y analiza las películas *A Piece of Our Life (Kakeru, 2009)* y *0.5 mm (0.5 miri, 2014)*. Los resultados ponen de manifiesto tres características destacables de su cine: la presencia de mujeres protagonistas activas que resisten el poder patriarcal, la inclusión no estereotipada de personajes LGBT, y la reivindicación del trabajo afectivo y la ética del cuidado como motor de cambio social.

Palabras clave: cine japonés, mujer directora, agencia femenina, identidad, Momoko Andō.

Abstract

Western criticism and study of Japanese cinema have traditionally prioritized the oeuvre of male filmmakers. Nonetheless, in the last decades a new generation of Japanese female directors has emerged, and the analysis of their films is necessary because of their attempts to rewrite the portrayal of women in cinema. This paper focuses on Momoko Andō, and it analyses her films *A Piece of Our Life (Kakeru, 2009)* and *0.5 mm (0.5 miri, 2014)*. The results identified three features of her work: the presence of active women as main characters who resist patriarchal power, the inclusion of non-stereotyped LGBT characters, and the assertion of affective labor and the ethics of care as motor for social change.

Keywords: Japanese cinema, female director, female agency, Identity, Momoko Andō.

1. Introducción: mujeres directoras en Japón

Zecchi (2014, p. 99) plantea que la obra de las mujeres directoras puede leerse, literal y simbólicamente, como un acto de reapropiación del cine, un medio en el que históricamente se han invisibilizado muchas aportaciones creativas femeninas. Si aplicamos esta perspectiva al estudio y la crítica del cine japonés, pronto observaremos que estas disciplinas se han centrado tradicionalmente en la obra de cineastas masculinos, tales como Ozu, Mizoguchi, Kurosawa, Kitano o Miyazaki. Este hecho refleja, por un lado, las condiciones históricas de producción de largometrajes en Japón, donde hasta hace relativamente poco tiempo era difícil para las mujeres alcanzar el puesto de directora de cine (González-López y Smith, 2018, pp. 15-16). Y, por el otro, evidencia la necesidad de ampliar las investigaciones sobre las mujeres japonesas que han creado películas, especialmente realizando análisis detallados de sus discursos, estéticas e imaginarios.

En las últimas décadas han aumentado considerablemente las investigaciones sobre las mujeres directoras de cine, tanto a nivel teórico desde la perspectiva de los estudios de género, culturales y decoloniales (Baker, 2018) como casos de estudio concretos centrados en determinados países o regiones (Zurián Hernández, 2017), periodos históricos (Ward Mahar, 2008) o cineastas específicas (Benezet, 2014). También encontramos investigaciones sobre el modo en que las mujeres cineastas abordan o reelaboran géneros cinematográficos (Peirse, 2020) o realizan adaptaciones cinematográficas (Cobb, 2015), por lo que se aprecia un gran interés en la capacidad de las directoras de ofrecer una visión alternativa o propia respecto a discursos tradicionalmente construidos por agentes creativos masculinos.

En el caso concreto de las cineastas japonesas, se observa una alarmante falta de bibliografía que puede deberse a diferentes motivos. En primer lugar, un alto número de películas japonesas no son distribuidas internacionalmente. Y, de hecho, el bajo número de filmes nipones estrenados en el extranjero suele pertenecer a categorías muy específicas, tales como cine de animación, películas basadas en cómics, cine de autores consagrados, o subgéneros específicos como dramas familiares, cine de mafiosos japoneses (*yakuza*) o películas de época (*jidaigeki*) (López Rodríguez, 2016). Dado que muchas directoras japonesas trabajan generalmente en el circuito independiente, sus obras difícilmente son incluidas en las grandes redes de distribución comercial internacional, en las que predominan criterios de rentabilidad económica y popularidad de la franquicia o el director. No obstante, a través de vías más alternativas como festivales de cine, servicios de vídeo bajo demanda o descargas ilegales, las películas japonesas dirigidas por mujeres pueden ser disfrutadas internacionalmente. Esta limitada difusión del cine japonés dirigido por mujeres posiblemente hace que críticos e investigadores no japoneses carezcan de acceso a esta parte de la producción cinematográfica nipona. Asimismo, el desconocimiento del idioma y la cultura japonesa también puede ser una barrera para el estudio y análisis de estas películas por parte de investigadores extranjeros, pues aún hoy en día se tiende a considerar el cine y la cultura de Japón como «esencialmente» diferentes (Dorman, 2016, pp. 206-207).

Afortunadamente, en los últimos años han surgido estudios e investigaciones que centran su atención en las películas, la carrera y el estilo de directoras japonesas. Aunque los enfoques son más bien dispersos y hay cineastas cuyo trabajo todavía no ha sido abordado, es alentador observar la publicación de monográficos centrados en directoras relevantes como Naomi Kawase (López, 2008) o Kinuyo Tanaka (González-López y Smith, 2018), trabajos sobre la pionera Tazuko Sakane

(McDonald, 2007), así como artículos que analizan diferentes obras o características estilísticas de Mika Ninagawa (Karatsu, 2016) o Mari Asato (Soledad Zárate y Rodríguez Fontao, 2021), por citar algunos ejemplos. También existen textos que presentan colectivamente a las cineastas japonesas más representativas de las últimas décadas (Bingham, 2010; 2014). Estos trabajos académicos realizados por investigadores no japoneses acompañan y complementan a las obras publicadas en Japón, entre las que podemos destacar las publicaciones centradas en las cineastas Tazuko Sakane (Ikegawa, 2011) o Kinuyo Tanaka (Tsuda, 2018); monografías sobre cómo abordan el amor y la sexualidad las mujeres directoras (Ishihara, 2001; Sonoyama, 2018); y libros escritos por mujeres cineastas que reflexionan sobre su vida y su obra, como es el caso de Sachi Hamano (2005) o Rinko Nakamura (2008). También cabe señalar la publicación anual titulada *Cinema Library – Josei eiga ga omoishiroi* que, desde 2006 hasta 2015, prestó a atención a películas dirigidas por mujeres, tanto de Japón como de otras regiones.

Este artículo pretende contribuir al área de estudio señalada –los largometrajes dirigidos por mujeres japonesas– ofreciendo un análisis de la obra de Momoko Andō (安藤 桃子 Andō Momoko, según el orden japonés). Nacida en Tokio en 1982, en el seno de una familia de cineastas y formada en el extranjero, hasta la fecha Andō ha escrito y dirigido dos largometrajes –*A Piece of Our Life (Kakera, 2009)* y *0.5 mm (0.5 miri, 2014)*– que ofrecen una mirada crítica a la sociedad nipona al tiempo que reivindican la necesidad de que la mujer se libere de las convenciones de género impuestas por la tradición. El estilo cinematográfico de Andō en estas películas puede definirse como «costumbrismo excéntrico», puesto que sus obras presentan una visión realista de la sociedad japonesa a través de tramas argumentales basadas en las relaciones interpersonales y una narrativa audiovisual sobria. No obstante, la directora introduce deliberadamente personajes, situaciones, o imágenes insólitas con el fin de generar comedia o interés en la audiencia, aprovechando dichos elementos extravagantes para insertar en el relato una velada crítica hacia la desigualdad de género, el acoso sexual, la violencia doméstica o la discriminación de las minorías sexuales¹. Para conocer mejor su estilo y el modo en que sus películas construyen la agencia y la identidad femeninas, se realizará un análisis del discurso audiovisual y de la narrativa de estos dos largometrajes.

En concreto, se prestará atención a tres elementos característicos de su obra. En primer lugar, la presencia de mujeres protagonistas que destacan por su capacidad de acción, su libertad y su desafío a las normas de género tradicionales en la sociedad japonesa. A través del análisis de los personajes principales femeninos (caracterización, acciones, relación con otros personajes femeninos y masculinos), se evidenciará cómo las películas de Andō transmiten la idea de la necesidad de rebelarse ante convenciones patriarcales. En segundo lugar, el tratamiento de las minorías sexuales, pues en sus películas encontramos personajes que podríamos caracterizar como lesbianas, bisexuales o transgénero, si bien es cierto que la directora evita etiquetarlos abiertamente como tal. No obstante, su mera presencia en la narrativa puede ser vista como un acto de intervención, pues la cultura mediática japonesa tiende a estereotipar o invisibilizar al colectivo LGBT. En tercer lugar, se prestará atención al modo en que las películas de Andō revalorizan los cuidados y el trabajo afectivo como actividades necesarias capaces de contribuir a una sociedad mejor.

¹ En este artículo se emplean los términos «minorías sexuales» (性の少数者, *seitekishōsūsha*) y personas o comunidad LGBT+ de forma intercambiable y como sinónimos por cuestiones de economía expresiva. No se pretende establecer una equiparación conceptual entre los diferentes términos usados en Japón y Europa o Estados Unidos para referirse a las personas no heterosexuales o con identidades de género no binarias. Para profundizar en la noción de minorías sexuales y en los estudios realizados sobre este colectivo en Japón, consulte McLelland et al. (2007), Suganuma (2014), Kazama (2020) e Itakura (2021).

2. Corpus y metodología

Bingham señala que desde mediados de los años 90 ha habido un significativo incremento del número de mujeres directoras en Japón y que estas cineastas han desestabilizado o subvertido de diferentes formas los discursos construidos por los directores masculinos (2014, pp. 233-234). No obstante, reconoce que sus historias no se centran exclusivamente en mujeres o en la identidad femenina; y que algunas «have expressed a desire that gender not be a determining factor in their professional designation (that they shouldn't be labelled as women directors, simply as directors)» (2014, p. 234). En el caso de Momoko Andō, si bien sus obras no se centran exclusivamente en temas femeninos, sí que podemos apreciar en sus largometrajes la intención de ofrecer retratos complejos y realistas sobre la situación de las mujeres; un deseo por deconstruir convenciones sociales a través de la inclusión de personajes pertenecientes a minorías tradicionalmente ignoradas en la sociedad y en el cine comercial, como son las lesbianas o los ancianos; y la manifestación de agencia femenina en personajes protagonistas capaces de mejorar la vida de otros a través de sus intervenciones afectivas. Por ello, es posible argumentar que el cine de Momoko Andō es esencialmente feminista en tanto que surge del trabajo creativo de la directora, se produce de un modo colaborativo y familiar², está protagonizado por personajes femeninos fuertes e independientes, e incluye cierta crítica social que invita al espectador a reflexionar sobre sus propios valores y a empatizar con grupos minoritarios.

Antes de pasar al análisis de las películas de Andō, conviene presentar brevemente su sinopsis para aquellos lectores que no hayan visionado las obras. *Kakera* narra la historia de Haru (Hikari Mitsushima), una estudiante universitaria que mantiene una relación con Ryota (Tasuku Nagaoka). Él es un hombre mujeriego y nada romántico que solo queda con ella para tener sexo. Haru conoce en un café a Riko (Eriko Nakamura), una mujer que trabaja haciendo prótesis para personas que han perdido alguna parte de su cuerpo. Riko reconoce que le gustan las mujeres y, en concreto, Haru, por lo que quiere ser su amiga. Haru se siente intrigada por la fuerte personalidad de Riko y comienza a verla con frecuencia. Tras una pelea, Riko le confiesa a Haru que siente algo más que amistad por ella y, tras varias dudas, Haru comienza a salir con ella. Pero la relación no progresa demasiado bien, pues Riko resulta ser posesiva y celosa.

En *0.5 mm* seguimos la trayectoria de Sawa Yamagishi (Sakura Andō), una joven que trabaja como cuidadora de ancianos. Cierta día, la madre de una familia para la que trabaja le pide que duerma junto a su anciano y senil padre durante una noche. Sawa accede, pero la situación se torna rocambolesca cuando el anciano intenta manosearla y ella, resistiéndose, provoca un incendio. Al pedir ayuda, descubre que la mujer que la contrató se ha suicidado, por lo que termina sin empleo ni lugar donde vivir. A partir de entonces, Sawa va buscando el modo de encontrar alojamiento en el hogar de peculiares ancianos. Ella aparece por sorpresa en sus vidas y se instala en sus casas, cuidando de los ancianos y sus familiares, pero ejerciendo cierta autoridad o presión para mejorar la situación de aquellos con quienes se encuentra.

La metodología utilizada para estudiar estos dos filmes consistió en un análisis cualitativo del contenido y del discurso audiovisual (Casetti y Di Chio, 1990; Bordwell, 1996), prestando atención

² Los dos largometrajes de Andō fueron producidos por la empresa Zero Pictures. Dicha productora fue creada en 1998 por el famoso actor Eiji Otsuka, padre de Momoko Andō, para desarrollar sus proyectos cinematográficos como director. Asimismo, en su segunda película, Andō contó con su hermana Sakura, una reconocida actriz, y con el suegro de esta, el también actor Akira Emoto, como intérpretes.

a diversos niveles de significación tales como la narrativa, la caracterización y las acciones de los personajes, y el tratamiento del género (Guarinos, 2008; Zecchi, 2014). Este trabajo de investigación se adscribe a los estudios cinematográficos y pretende arrojar luz sobre el modo en que una directora japonesa, Momoko Andō, utiliza el cine como medio de expresión para proponer ciertos tipos de personajes y situaciones. Así pues, las observaciones y reflexiones que se ofrecen en la siguiente sección de análisis deben interpretarse como el resultado del trabajo intelectual del autor de este texto -marcado por su cultura, género y experiencias personales- en relación al discurso audiovisual construido por Andō. Es decir, no se trata de analizar la situación de las mujeres o las minorías sexuales en la sociedad japonesa contemporánea sino de identificar de qué modo el cine de Andō ofrece representaciones críticas o alternativas en comparación con el grueso de la cultura mediática nipona. Tras esta aclaración epistemológica, a continuación, se ofrecen los resultados del análisis divididos en tres apartados.

3. Análisis

3.1. Caracterización y agencia de las protagonistas femeninas

En su análisis de dos largometrajes dirigidos por mujeres japonesas directoras, Armendáriz (2012) establece que estas cineastas construyen protagonistas femeninas transgresoras que desafían las convenciones tradicionales de la representación de la feminidad en el cine japonés. A través de narrativas centradas en relaciones heterosexuales en las que la mujer toma un rol activo y expresa su deseo sexual, frente a personajes masculinos más dependientes y románticos, estas directoras desestabilizan ciertas ideas dominantes en cuanto a la caracterización de hombres y mujeres. El cine de Momoko Andō también puede adscribirse a esta tendencia pues, como veremos, en sus películas encontramos personajes femeninos protagonistas no estereotipados, independientes, activos, y modificadores que, a través de acciones afectivas, empoderan a otras mujeres o personas en situación de sometimiento.

En primer lugar, nos centraremos en Riko, una de las protagonistas de *Kakera*, y en Sawa, la cuidadora de ancianos de *0.5 mm*, pues ambas presentan numerosas similitudes. Respecto a su caracterización física, las dos son jóvenes treintañeras atractivas, con melena oscura y una complexión física fuerte. Visten ropajes femeninos, como vestidos o faldas, pero su imagen no resulta sexualizada ni por la trama argumental ni por la cámara de la realizadora. En cuanto a su carácter, ambas son extrovertidas, de naturaleza alegre, activas y extremadamente sociables. La configuración tradicional de la feminidad japonesa impone generalmente la domesticidad, el silencio y la sumisión como rasgos femeninos, pero ellas no presentan dichos atributos ni desempeñan los habituales roles sociales femeninos de madre, esposa o empleada (*office lady*)³. Asimismo, ninguna de las dos establece relaciones románticas o sexuales con hombres, por lo que no desempeñan el habitual papel de sujeto-objeto amoroso propio de personajes femeninos en muchas películas. Al contrario, su carácter activo, fuerte e independiente hace que sean protagonistas con una amplia capacidad de acción respecto a sus interacciones con otras personas, sin dejar que las convenciones sociales o lo que tradicionalmente se considera «propio» de una mujer determinen su actuación. En su discusión de la noción de agencia

³ Para conocer más sobre la construcción de la feminidad y el rol social de las mujeres en Japón, consulte Steel (2019), Cre-spin-Perales (2019) y Coates, Fraser y Pendleton (2020).

femenina, Belvedresi (2018, pp. 7-11) plantea que las mujeres, como sujetos históricos, se enfrentan a la tensión existente entre abrir nuevas posibilidades o reproducir lo dado. Cuando optan por no seguir los moldes establecidos y realizan acciones que no son las esperadas para ellas según las normas culturales o de género de una determinada época, se genera acceso a determinados espacios públicos, se alcanzan nuevos puestos de responsabilidad social, o se aumenta el grado de libertad individual femenina. En sus películas, Andō caracteriza a sus personajes protagonistas con esta agencia o capacidad de resistencia ante el poder patriarcal.

En concreto, cabe destacar brevemente algunas escenas en las que se aprecia, de forma evidente, el modo en que las protagonistas de Andō reaccionan ante el acoso y la agresión que sufren por parte de personajes masculinos. En *Kakera*, cuando Riko y Haru comienzan su relación de pareja, las jóvenes son visitadas por Ryota, el exnovio de Haru. Éste, al descubrir que las chicas están juntas, comienza a insultarlas y decir que siente asco por haber estado acostándose con una lesbiana. Riko lo interrumpe de modo contundente dándole un rodillazo en sus partes. «¿Acaso tener pelotas te hace superior?», le pregunta mientras el hombre se arrodilla dolorido. «Adáptate pronto a la sociedad moderna, gilipollas», le espeta antes de dejarlo tirado en el suelo retorciéndose de dolor. Sawa, por su parte, es acosada sexualmente por diferentes ancianos de los que cuida en *0.5 mm*. En una de las primeras escenas de la película, cuando duerme con un anciano senil que desea regresar a la infancia y dormir junto a su «madre», Sawa resiste físicamente empujando al anciano cuando este empieza a babearle en la cara y a intentar tocar su cuerpo. Más adelante, otro anciano intenta espiarla mientras ella se baña y la invita al cine para ver lo que resulta ser una película explícitamente erótica. La reacción de Sawa consiste en romper a carcajadas en mitad de la proyección, desmoronando así las sutiles pero indebidas aproximaciones del anciano. Con su escandalosa risa, la protagonista ridiculiza no solo la exagerada sexualización de la mujer en la película que ven sino también el acoso sexual que ella misma sufre. La tercera situación ocurre con Takeshi (Akira Emoto), el padre de una joven conocida de Sawa, que tiende a tocar las piernas de Sawa cuando ella se encuentra realizando labores domésticas. Cuando más adelante Takeshi vuelve a acariciar sus piernas, Sawa finge seguirle la corriente y se sienta a horcajadas sobre el pecho del hombre, que yace en un sofá. Lentamente, la joven coloca su falda sobre el rostro de Takeshi y entonces, repentinamente, deja caer su cuerpo sobre él, asfixiándolo hasta dejarle semiconsciente. Sin duda, estas escenas evidencian que las protagonistas de Andō no son solo mujeres independientes, activas y autosuficientes, sino que, además, se defienden físicamente del acoso procedente de personajes masculinos. Andō deja patente que es lícito que las mujeres empleen la violencia con el fin de protegerse de las agresiones (verbales o sexuales) machistas y evita mostrarlas como meras víctimas sumisas⁴.

En segundo lugar, mencionaremos la trayectoria de Haru, la otra protagonista de *Kakera*. Inicialmente, Haru aparece caracterizada como una estudiante universitaria joven, pasiva, y poco segura de sí misma. Se encuentra en una relación tóxica con Ryota, quien la usa para aliviarse sexualmente cada vez que le apetece sin tener en cuenta las necesidades emocionales de ella. Haru no es feliz, pero no se atreve a dejarlo. No obstante, a partir de su encuentro con Riko, el carácter de Haru empieza a cambiar debido a la influencia de Riko, quien la anima continuamente a hacer lo que le apetezca y a no preocuparse excesivamente por su aspecto. En cierto momento, Ryota le hace ver a Haru que tiene vello sobre el labio superior, a lo que ella reacciona ocultando su rostro y avergonzándose. Más

⁴ Para profundizar en la representación cinematográfica de la contra-violencia femenina, consulte Alexander (2005), Stringer (2011), y Maseda-García et al. (2020).

adelante, Haru le pregunta a Riko qué hace ella con el vello facial y le responde: «Mira (le acerca la cara). Dejo que crezca. Si lo afeitado me pica y eso no me gusta». Es decir, Riko acepta con naturalidad el vello femenino sin ceder a la presión social de tener que eliminarlo y sin sentirse avergonzada de ello. Asimismo, cuando Haru dice que le gustaría llevar faldas pero que no se atreve porque cree que le sentarían mal, Riko le responde entusiasmada: «Seguro que estarás muy guapa. ¡Seguro, seguro, seguro! ¡Muy guapa!». En las últimas secuencias vemos que Haru, finalmente, se pone un vestido corto y muestra las piernas, transmitiéndose así la idea de que la joven ha superado sus inseguridades y que, gracias a la influencia de Riko, ha desarrollado su autoestima. A través de estas escenas, Andō muestra la necesidad de no seguir las rígidas normas estéticas que regulan la apariencia de las mujeres e incluso la posibilidad de rebelarse contra ellas. Es decir, propone la aceptación y normalización de un ideal de feminidad propio que no encaja en la imagen de la mujer que se difunde desde otros discursos mediáticos, principalmente la publicidad, la televisión o las revistas femeninas⁵.

3.2. Visibilización de minorías sexuales

Si bien en las últimas décadas los medios de comunicación japoneses han empezado a incluir representaciones de minorías sexuales, muchos/as investigadores/as han denunciado que dichas imágenes son limitadas, reduccionistas, parciales o ridículas. Chalmers señaló que el *gay boom* aumentó la visibilidad de los homosexuales en Japón a través de representarlos de un modo voyerista que objetificaba a gays y lesbianas «through a process of temporal and spatial containment by focusing on male homosexuality, usually within the confines of parody, or expressions of lesbianism directed to satisfy male desire (female same-sex pornography)» (2002, p. 30). Valentine, por su parte, argumentó que «lesbians are rarely represented on Japanese television, and are generally denied visibility and credibility» (1997, p. 59). Durante los últimos años en Japón han aumentado las películas y series de televisión con personajes LGBT e incluso podría hablarse de un *LGBT boom* en los medios de comunicación nipones (Maree, 2018), pero la mayoría de los productos ficcionales con personajes LGBT se centran en la homosexualidad masculina y, comparativamente, son escasas las obras protagonizadas por lesbianas o transexuales. El caso de Momoko Andō es significativo en este sentido, pues el argumento de *Kakera* consiste en la relación sentimental de dos mujeres y una de las tramas secundarias de *0.5 mm* se centra en un personaje transgénero, por lo que podemos considerarla como una creadora afín a las minorías sexuales dispuesta a representar la diversidad identitaria y afectiva de las personas⁷.

Tal y como han puesto de manifiesto varios investigadores (Allison, 1996; McLelland, 2000, 2009), cuando se trata de discutir las identidades de género y sus representaciones en productos comunicativos elaborados y consumidos en una cultura diferente se corre el riesgo de aplicar conceptos, modelos o teorías fundamentados en la tradición académica de la propia cultura del analista, resultando, en el caso de los estudios culturales o de género, en la imposición de constructos

5 Para conocer en detalle qué tipo de apariencia femenina promueven e idealizan los medios de comunicación nipones consulte Miller (2006), Yamamiya y Suzuki (2021), y Ando et al. (2021).

6 La expresión *gay boom* se usa para referirse a la gran atención mediática que recibieron las minorías sexuales y, en concreto, la homosexualidad masculina en los medios de comunicación japoneses (prensa, televisión, cine) durante la primera mitad de la década de 1990. Para más información consulte Hall (2000) y McLelland (2006).

7 En este trabajo nos centramos en el modo en que Andō representa en su cine a personajes homosexuales y transgénero. Existe una amplia bibliografía útil para conocer la realidad social y los problemas que tienen las personas LGBT en Japón, así que a modo de introducción nos limitamos a recomendar la consulta de Coates, Fraser y Pendleton (2020) y Tamagawa (2020).

eminentemente occidentales⁸. Por ello, en este trabajo se considera como personaje LGBT a aquel que manifiesta una orientación sexual distinta de la heterosexual o cuyo modo de vestir, actuar, hablar o referirse a sí mismo/a no se corresponde con los roles de género tradicionalmente atribuidos a su sexo, independientemente de si en la película dicho personaje se autodefine como lesbiana o persona transgénero.

Kakera es la adaptación de un manga yuri (tipo de cómic japonés que narra historias amorosas entre mujeres) y tanto el cómic como la película abordan las relaciones sentimentales de los personajes sin categorizarlos firmemente como heterosexuales, homosexuales o bisexuales. En su lugar, ambas obras transmiten la idea de que la atracción sexual es independiente al género y que lo importante es la persona individual hacia la que se dirige el afecto y el deseo erótico. «¿De verdad, de verdad te gustan las chicas?», le pregunta Haru a Riko al poco tiempo de conocerse. «No es que me gusten las chicas. A mí quien me gusta eres tú, Haru», le responde. No obstante, basándonos en sus acciones, ideas y actitudes, podemos decir que el personaje de Riko es homosexual pues en varias ocasiones manifiesta que le gusta acariciar y ser acariciada por chicas, acude a bares de lesbianas, y parece haber tenido relaciones con otras mujeres, pero nunca con un hombre. No obstante, ella no se considera a sí misma lesbiana y evita etiquetarse de modo alguno⁹. Algo similar ocurre con Haru, quien pasa de tener relaciones con un hombre a salir con Riko sin ningún conflicto identitario aparente. La película no encasilla a Haru como bisexual y el final abierto del relato no aclara si las dos mujeres seguirán con su relación o no, de ahí que resulte obvia la intención de Andō de enfatizar la libertad de explorar diferentes opciones afectivas y vínculos emocionales sin tener que asumir una identidad rígida basada en la orientación sexual. Sin embargo, tal y como señaló Bingham, la relación lésbica de Haru y Riko «is not an ideal union to contrast with the problematic heterosexual relationship» (2014, p. 241) porque Riko es celosa y posesiva. Su pasión e intensidad terminan agobiando a Haru, quien todavía se encuentra construyendo su propia identidad.

Una escena destacable del filme en lo referente a la representación de minorías sexuales es aquella en la que Riko acude a un bar de lesbianas. Se trata de un bar nocturno iluminado con tonos rojizos en el que numerosas mujeres se encuentran tomando copas o charlando animadamente en sofás. Algunas de ellas llevan ropajes sensuales o incluso insólitos –la propia Riko viste una sudadera con una capucha con orejas de gato–, por lo que se transmite la idea de que nos encontramos en un espacio liminal y lúdico donde es posible reconstruir la propia identidad o mostrarse de un modo diferente al que la sociedad japonesa impone en la vida social (lugar de trabajo, espacios públicos). Riko se encuentra con una amiga, que le presenta a su pareja, y las tres hablan abiertamente sobre sus relaciones con mujeres. Esta conversación, así como el hecho de que las clientas de dicho bar sean diferentes tipos de mujeres (jóvenes, más mayores, delgadas o regordetas, con el pelo largo o corto), naturaliza la homosexualidad femenina y contribuye a diversificar la imagen de la lesbiana. De este modo, tratando con naturalidad y cierto humor el encuentro entre mujeres homosexuales, Andō subvierte el estereotipo de la lesbiana como «mujer masculinizada», «mujer pérfida» u «objeto erótico para el placer visual masculino» que la historia del cine ha venido repitiendo.

8 En palabras de McLelland, «the use of Western categories of sexual identity and the deployment of forms of social mobilization characteristic of Western nations cannot be denied to Japanese same-sex desiring men and women, but judging Japanese people who do not see their experience reflected in these terms as somehow 'failing' to develop an US-style sexual identity is surely to fall into ethnocentrism» (2000, p. 469).

9 Según indica Tamagawa, «the term *rezubian* or *rezu* (lesbian) has been exclusively used by, and associated with, Japan's thriving pornography for straight men since the 1960s. The term, therefore, has a strong sexual connotation with fantasies for straight men, and thus, many Japanese lesbians are reluctant to adopt the nomenclature and label» (2018, pp. 490-491).

En cuanto a *0.5 mm*, en esta película la temática LGBT se introduce a través de la subtrama del personaje de Makoto. Inicialmente aparece caracterizado como un chico retraído socialmente que vive junto con su madre y su abuelo. Makoto no responde a los saludos de Sawa y pasa el tiempo en su habitación, leyendo y comiendo. Tras el fallecimiento de sus familiares, el joven desaparece de la película hasta que mucho tiempo después Sawa se encuentra por casualidad con él. Makoto vive ahora con su padre, Takeshi, pero es obvio que su progenitor no cuida de él: el joven no va al instituto, roba comida de tiendas para alimentarse y parece haber sufrido malos tratos. Sawa interviene enfrentándose a Takeshi y termina descubriendo que Makoto es en realidad una chica. Su trasfondo no se narra verbalmente sino a través de imágenes, pues un *flashback* nos muestra cómo su madre le cortó el pelo cuando era pequeña. El reencuentro con Sawa, quien le protege de su padre y le devuelve un vestido de su madre, sirve como estímulo para la transformación del personaje. Es entonces cuando Makoto rompe su silencio, viste por primera vez ropas femeninas –el vestido de su madre–, y deja atrás a su violento y alcohólico padre, pues la película termina con Sawa y Makoto viajando juntas. Al igual que en *Kakera*, nos encontramos con un final abierto que deja a la interpretación del espectador/a la futura identidad de género del personaje. Debido a la escasa exposición narrativa, resulta difícil entender por qué la madre de Makoto lo crio como un niño, pero el filme finaliza insinuando la posibilidad de transitar nuevamente hacia una identidad femenina. En última instancia, en *0.5 mm* Andō nos muestra el rescate de una persona transgénero que ha sufrido terriblemente en el seno de la familia tradicional japonesa hasta el punto de desear no haber nacido. No obstante, la labor afectiva y la actitud de Sawa, quien ayuda y empatiza con cualquier persona, consiguen rehabilitar a Makoto y ofrecerle un futuro libre de imposiciones, agresiones y dolor.

3.3. El trabajo afectivo como vía de cambio social

Las secciones precedentes ya han puesto de manifiesto que uno de los rasgos identitarios de las protagonistas femeninas del cine de Momoko Andō es su naturaleza activa y modificadora, pues son mujeres que intervienen y ayudan a otras personas con problemas, contribuyendo de este modo a mejorar la situación vital de quienes las rodean. De hecho, es posible argumentar que Riko y Sawa realizan «trabajo afectivo» (*affective labor*) tanto en su ámbito profesional como personal. El trabajo afectivo se basa en el contacto y en la interacción humana, lo que implica la producción y manipulación de afectos. Su producto son relaciones y respuestas emocionales: sentimientos de bienestar, tranquilidad, pasión, etc. Oksala (2016, p. 290) argumenta que el trabajo afectivo incluye al menos cuatro tipos de trabajos o actividades que los análisis marxistas han tratado generalmente por separado: cuidados domésticos no remunerados (crianza de hijos, cuidado de ancianos en el hogar), actividades de cuidado remuneradas (monitores/as de guarderías, cuidadores/as de ancianos en residencias), profesionales remunerados por producir afectos y sentimientos positivos (azafatos/as de vuelo o trabajadores/as de la industria del espectáculo), y la producción no remunerada de afectos (amistad, apoyo, compañerismo).

En *Kakera*, el trabajo de Riko consiste en elaborar prótesis para personas que han perdido partes de su cuerpo (dedos, narices, orejas, mamas). En la película, ella explica que todas las piezas que produce son artesanales y que las hace a mano poniendo toda su atención, habilidad y cariño en ello. El filme evidencia que las personas que reciben las prótesis que Riko ha producido son felices por ello y, de algún modo, vuelven a sentirse completas o con más confianza en sí mismas. En cierto momento de la película Haru le pregunta «¿por qué haces ese trabajo?» y ella responde: «Quiero ayudar a la gente a la que le falta algo. (...) ¿Sabes? La luna solo está llena una vez al mes. El resto del tiempo

siempre está incompleta. Pero la luna incompleta también es hermosa». El poder transformador y sanador del trabajo de Riko resulta evidente en la subtrama del personaje de Yoko, una cliente para quien debe crear una prótesis mamaria y con quien se encuentra en el bar de lesbianas. En la esfera personal, Riko también demuestra su capacidad para cuidar y ayudar a los demás, pues su amistad y posterior relación sentimental con Haru hacen que ésta se vuelva más independiente, segura de sí misma y confiada. Para ilustrar esta faceta podemos mencionar la escena en la que Haru queda emocionalmente devastada al ver que su novio está engañándola con otra mujer. Tras pasar varias horas en un estado casi catatónico, es Riko quien se encarga de animarla y hacer que se «reactive». Riko la lleva a su casa, hace que se dé un baño caliente y la consuela, sirviendo de apoyo sólido para la desconcertada y deprimida Haru. Así pues, Riko demuestra poseer una sensibilidad especial para comprender el sufrimiento de los demás y realizar las acciones adecuadas para ayudarles a superar su dolor. Cabe destacar, además, que Yoko y Haru sufren a causa de problemas o imposiciones de la sociedad patriarcal, en concreto, no encajar en el ideal de belleza debido al envejecimiento y la pérdida de un seno (Yoko) y el ideal del amor romántico exclusivo y heterosexual (Haru). La labor afectiva de Riko, que puede entenderse como un personaje al margen de dichas exigencias socioculturales, permite que las otras dos mujeres recuperen la confianza en sí mismas.

El trabajo afectivo ocupa mayor protagonismo incluso en *0.5 mm*, pues Sawa se dedica profesionalmente a cuidar personas mayores y la película muestra sus interacciones con diferentes ancianos o familias en problemas¹⁰. Inicialmente Sawa trabaja para una agencia, pero es despedida al comienzo del filme. A partir de entonces, acompañamos a Sawa en su paso por diferentes casas, pues no tiene dinero ni residencia propia. La llegada de Sawa a estos hogares desequilibrados, solitarios o desatendidos supone el comienzo de su sanación, la cual se produce a través de las acciones – tan autoritarias como maternas– de la protagonista. La joven se las ingenia para llegar a casas donde viven ancianos peculiares y cuidar de ellos de forma voluntaria. A cambio del alojamiento y la comida, Sawa se encarga de limpiar, ordenar y recoger la casa, hacer la compra y cocinar, y demás labores domésticas. En un hogar también se hace cargo de la esposa de uno de los ancianos, pues está postrada en una cama. Tanto en este hogar como en el primero, Sawa cuida de personas mayores con un alto grado de dependencia y muestra gran amabilidad, comprensión y profesionalidad en su trato, ya sea levantándolos de la cama, dándoles de comer, o incluso ayudándoles a hacer sus necesidades. Sawa los cuida con devoción maternal, pero esta faceta contrasta con otras situaciones en las que muestra un carácter autoritario e incluso violento. Sawa ejemplifica perfectamente la noción de trabajo afectivo puesto que en ella se disuelven las divisiones entre trabajo remunerado y trabajo doméstico. Para ella, el cuidado, el afecto, y la protección forman parte de su modo de estar en el mundo y marcan sus interacciones con otros personajes.

Así pues, Riko y Sawa pueden ser interpretadas como plasmaciones de la ética de los cuidados (Held, 2006). Esta ética se centra en atender y responder a las necesidades de otros hacia los que asumimos una responsabilidad y, en contraste con aproximaciones racionalistas, incluye aspectos como la simpatía, la empatía y la sensibilidad en tanto que emociones que deben ser cultivadas para actuar moralmente. En palabras de Held, «the ethics of care recognizes that human beings are dependent

¹⁰ El proyecto de *0.5 mm* estuvo inspirado por la propia experiencia familiar de la directora, quien convivió y contribuyó al cuidado de su abuela de más de 80 años. Andō concibió la novela y la película como un homenaje hacia los ancianos, a quienes respeta y valora por su experiencia. No obstante, la directora cree que socialmente no tienen el reconocimiento que merecen (Andō, 2014). Para obtener más información sobre la situación de las personas mayores en Japón, el país con mayor número de habitantes mayores de 65 años del mundo, consulte Coulmas (2007) y Matsumoto (2011).

for many years of their lives, that the moral claim of those dependent on us for the care they need is pressing, and that there are highly important moral aspects in developing the relations of caring that enable human beings to live and progress» (2006, p. 10). Si bien es cierto que sus motivos para actuar pueden ser inicialmente egoístas (Riko se siente atraída por Haru, Sawa ayuda a los ancianos a cambio de un lugar donde dormir), el modo en que las protagonistas de las películas de Andō se involucran, cuidan, atienden y ayudan a los diversos personajes con los que interactúan demuestra que los cuidados y el trabajo afectivo, ya sea remunerado o no, son una herramienta transformativa que repercute en la felicidad de los individuos. Es decir, Andō plantea que la mujer activa, independiente, liberada de convenciones sociales y resistente ante el poder patriarcal es un motor de cambio capaz de mejorar las vidas de otras mujeres o de personas que necesitan cuidados especiales debido a su edad o su situación de maltrato.

4. Conclusión

En los últimos años se ha desarrollado como área de estudio el análisis del trabajo creativo y los productos audiovisuales realizados por mujeres en las industrias audiovisuales. Aunque existen investigaciones previas, los estudios sobre directoras de cine japonesas son todavía escasos y dicha situación puede deberse a ciertos factores comerciales, culturales o académicos que hacen que las películas dirigidas por mujeres en Japón no hayan alcanzado un alto grado de difusión entre el público, la crítica y los investigadores de Occidente. No obstante, resulta necesario prestar atención a la nueva generación de mujeres cineastas surgida en Japón a lo largo del siglo XXI. Sin duda, la obra de estas creadoras está reescribiendo la caracterización de la mujer como personaje, enfatizando su agencia y autonomía, y contribuyendo a la transformación del imaginario social nipón.

El presente trabajo ha ofrecido un análisis de los dos largometrajes de Momoko Andō con el fin de establecer el modo en que dicha creadora aborda la construcción de personajes femeninos y el rol que desempeñan en la sociedad nipona. El análisis de contenido realizado sobre los filmes *A Piece of Our Life (Kakera)* y *0.5 mm* nos ha permitido detectar varios núcleos temáticos en la obra de Andō, a quien podemos considerar como una directora feminista a pesar de que ella no se haya declarado públicamente como tal. En primer lugar, las películas de Andō se caracterizan por narrar historias sobre mujeres protagonistas que no encajan en los roles tradicionales que la sociedad japonesa atribuye generalmente a las mujeres (esposa, madre, oficinista) y que manifiestan una fuerte determinación por vivir del modo que consideran apropiado. Sus personajes no participan en relaciones amorosas heterosexuales y muestran una reacción fuerte y efectiva ante las acciones indebidas de personajes masculinos (insultos, acoso sexual, violencia doméstica). Lejos de adoptar una posición sumisa o permisiva ante el abuso de poder los hombres, se enfrentan a ellos y los neutralizan con el fin de defenderse o proteger a quienes se encuentran oprimidos. En segundo lugar, los largometrajes de Andō ofrecen visibilidad de personajes LGBT, especialmente lesbianas y personas transgénero, y contribuye así a naturalizar la existencia de minorías sexuales que generalmente son invisibilizadas o estereotipadas en los medios de comunicación nipones. Andō no presenta la orientación sexual o la identidad de género como un rasgo definido, sino más bien como algo variable, fluido, que surge a partir de las interacciones sociales entre sujetos. En tercer lugar, Andō destaca la importancia del trabajo afectivo y la ética del cuidado en sus narrativas, pues gran parte de la agencia y la identidad de sus personajes femeninos radica en su capacidad para cuidar, apoyar, sanar y mejorar la vida de otros personajes con los que se encuentran. Frente a una sociedad japonesa aparentemente cada vez

más individualista y materialista en la que los vínculos personales han venido debilitándose, Andō reivindica la necesidad de atender y ayudar a quienes lo necesitan o están sufriendo. En concreto, sus obras muestran cómo, a través de relaciones interpersonales significativas basadas en el afecto, personajes que sufren por su envejecimiento, su soledad, su orientación sexual o su incapacidad para encajar en nociones hegemónicas de feminidad consiguen mejorar su situación existencial. Así pues, a través de sus narrativas, Andō incide en que la mujer japonesa, liberada de normas de género tradicionales, puede convertirse en un agente de cambio social y contribuir activamente a la felicidad de los demás.

Referencias

- Alexander, J. R. (2005). The Maturity of a Film Genre in an Era of Relaxing Standards of Obscenity: Takashi Ishii's 'Freeze Me' as a Rape-Revenge Film. *Senses of Cinema*, 36. <https://bit.ly/3BzfYCY>
- Allison, A. (1996). *Permitted and Prohibited Desires: Mothers, Comics, and Censorship in Japan*. University of California Press.
- Andō, M. (directora). (2009). *カケラ (Kakera, A Piece of Our Life)* [Película]. Zero Pictures.
- Andō, M. (directora). (2014). *0.5ミリ (0.5 mm)* [Película]. Zero Pictures.
- Andō, M. (2014). Entrevista. 17 de julio. <https://bit.ly/3j4BuAd>
- Ando K. Giorgianni F. E., Danthinne E. S. & Rodgers R. F. (2021). Beauty ideals social media and body positivity: a qualitative investigation of influences on body image among young women in Japan. *Body Image*, 38, 358-369. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.05.001>
- Armendáriz, A. (2012). An Alternative Representation of Sexual Difference in Contemporary Japanese Cinema Made by Women Directors. *Journal of Japanese and Korean Cinema*, 3(1), 21-35. https://doi.org/10.1386/jjkc.3.1.21_1
- Baker, C. N. (2018). *Contemporary Black Women Filmmakers and the Art of Resistance*. Ohio State University Press. <https://doi.org/10.26818/9780814213827>
- Belvedresi, R. E. (2018). Historia de las mujeres y agencia femenina: algunas consideraciones epistemológicas. *Epistemología e historia de la ciencia*, 3(1), 5-17. <https://bit.ly/3PsrhJD>
- Benezet, D. (2014). *The Cinema of Agnès Varda: Resistance and Eclecticism*. Wallflower Press.
- Bingham, A. (2010). Original Visions: Female Directors in Contemporary Japanese Cinema. *Cineaction*, 81, 56-61.
- Bingham, A. (2014). Cats and Dogs and Wild Berries: New Voices in Japanese Cinema. En: G. Kelly y Ch. Robson (Eds.), *Celluloid Ceiling. Women Film Directors Breaking Through* (pp. 233-248). Supernova Books.
- Bordwell, D. (1996). *La narración en el cine de ficción*. Paidós.
- Casetti, F. y Di Chio, F. (1990). *Cómo analizar un film*. Paidós.
- Chalmers, S. (2002). *Emerging Lesbian Voices from Japan*. Routledge.
- Coates, J., Fraser, L. & Pendleton, M. (Eds.) (2020). *The Routledge Companion to Gender and Japanese Culture*. Routledge.
- Cobb, S. (2015). *Adaptation, Authorship, and Contemporary Women Filmmakers*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9781137315878>

- Coulmas, F. (2007). *Population Decline and Ageing in Japan. The Social Consequences*. Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780203962022>
- Crespín-Perales, M. (2019). Womenomics en Japón: Mujer, neoliberalismo y paradigma productivista. *Recerca. Revista de Pensament i Anàlisi*, 24(2), 63-86.
<https://doi.org/10.6035/Recerca.2019.24.2.4>
- Dorman, A. (2016). *Paradoxical Japaneseness. Cultural Representation in 21st Century Japanese Cinema*. Palgrave Macmillan.
<https://doi.org/10.1057/978-1-137-55160-3>
- González-López, I. & Smith, M. (Eds.). (2018). *Tanaka Kinuyo: Nation, Stardom and Female Subjectivity*. Edinburgh University Press.
- Guarinos, V. (2008). Mujer y cine. En T. Núñez Domínguez y F. Loscertales Abril (Eds.), *Los medios de comunicación con mirada de género* (pp. 103-120). Instituto Andaluz de la Mujer.
- Hall, J. M. (2000). Japan's Progressive Sex. *Journal of Homosexuality*, 39 (3-4), 31-82.
https://doi.org/10.1300/J082v39n03_02
- Hamano, S. (2005). *女が映画を作るとき*. Heibonsha.
- Held, V. (2006). *The Ethics of Care: Personal, Political, and Global*. Oxford University Press.
- Ikegawa, R. (2011). 「帝国」の映画監督 坂根田鶴子. Yoshikawa kobunkan.
- Ishihara, I. (2001). *女性映画監督の恋*. J-Publishing.
- Itakura, K. (2021). *Rethinking Gay Liberation: Sexual Minority Movements in Contemporary Japan*. [Tesis de doctorado no publicada] University of California.
- Karatsu, R. (2016). Female Voice and Occidentalism in Mika Ninagawa's *Helter Skelter* (2012): Adapting Kyoko Okazaki to the Screen. *The Journal of Popular Culture*, 49(5), 967-983.
<https://doi.org/10.1111/jpcu.12451>
- Kazama, T. (2020). Conditional Inclusion: Sexual Minorities, Tolerance, and Nationalism. *International Journal of Japanese Sociology*, 29(1), 39-51.
<https://doi.org/10.1111/ijjs.12110>
- López, J. M. (Ed.) (2008). *Naomi Kawase: el cine en el umbral*. T&B Editores.
- López Rodríguez, F. J. (2016). La difusión del cine japonés en las salas cinematográficas de España (2009-2015). *Kokoro: Revista para la difusión de la cultura japonesa*, Extra 3, 1-13.
- Maree, C. (2018). Writing Sexual Identity onto the Small Screen: Seitokishōsū-sha (Sexual Minorities) in Japan. In F. Darling-Wolf (Ed.), *Routledge Handbook of Japanese Media* (pp. 200-212). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781315689036-14>
- Maseda-García, R., Gómez Fuentes, M. J. & Zecchi, B. (Eds.) (2020). *Gender-Based Violence in Latin American and Iberian Cinemas*. Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780429436307>
- Matsumoto, Y. (Ed.) (2011). *Faces of Aging. The Lived Experiences of the Elderly in Japan*. Stanford University Press.
- McDonald, K. (2007). Daring To Be First: The Japanese Woman Director Tazuko Sakane (1904-1971). *Asian Cinema*, 18(2), 128-146.
https://doi.org/10.1386/ac.18.2.128_1

- McLelland, M. (2000). Is there a Japanese 'gay identity'? *Culture, Health & Sexuality: An International Journal for Research, Intervention and Care*, 2(4), 459-472.
<https://doi.org/10.1080/13691050050174459>
- McLelland, M. (2006). Japan's Original Gay Boom. En M. Allen y R. Sakamoto (Eds.), *Popular Culture, Globalization and Japan* (pp. 159-173). Routledge.
- McLelland, M., Suganuma, K. & Welker, J. (Eds.) (2007). *Queer Voices from Japan: First Person Narratives from Japan's Sexual Minorities*. Lexington Books.
- McLelland, M. (2009). The Role of the 'tōjisha' in Current Debates about Sexual Minority Rights in Japan. *Japanese Studies*, 29(2), 193-207.
<https://doi.org/10.1080/10371390903026933>
- Miller, L. (2006). *Beauty Up: Exploring Contemporary Japanese Body Aesthetics*. University of California Press.
<https://doi.org/10.1525/9780520938847>
- Nakamura, R. (2008). 科学映画と私 - ある女流映画監督の回想. Bungeisha.
- Oksala, J. (2016). Affective Labor and Feminist Politics. *Signs*, 41(2), 281-303.
<https://doi.org/10.1086/682920>
- Peirse, A. (Ed.) (2020). *Women Make Horror: Filmmaking, Feminism, Genre*. Rutgers University Press.
<https://doi.org/10.36019/9781978805156>
- Soledad Zárate, M. & Rodríguez Fontao, C. (2021). The Monstrous Feminine in Mari Asato J-Horror Films. En F. G. Pagnoni Berns, S. Bhattacharjee & A. Saha, A. (Eds.), *Japanese Horror Culture: Critical Essays on Film, Literature, Anime, Video Games* (pp. 97-112). Lexington Books.
- Sonoyama, M. (2018). 性と検閲 - 日本とフランスの映画検閲と女性監督の性表現. Sairyusha.
- Stringer, R. (2011). From Victim to Vigilante: Gender, Violence, and Revenge in *The Brave One* (2007) and *Hard Candy* (2005). In H. Radner y R. Stringer (Eds.), *Feminism at the Movies. Understanding Gender in Contemporary Popular Cinema* (pp. 268-282). Routledge.
- Suganuma, K. (2014). Sexual minority studies on Japan. In F. Darling-Wolf (Ed.), *Routledge Handbook of Japanese Media* (pp. 244-254). Routledge.
- Steel, G. (ed.) (2019). *Beyond the Gender Gap in Japan*. University of Michigan Press.
<https://doi.org/10.3998/mpub.10028271>
- Tamagawa, M. (2018). Coming Out of the Closet in Japan: An Exploratory Sociological Study. *Journal of GLBT Family Studies*, 14(5), 488-518.
<https://doi.org/10.1080/1550428X.2017.1338172>
- Tamagawa, M. (2020). *Japanese LGBT Diasporas: Gender, Immigration Policy and Diverse Experiences*. Palgrave Macmillan.
<https://doi.org/10.1007/978-3-030-31030-1>
- Tsuda, N. (2018). 映画監督-田中絹代. Kobeshinbun sōgō shuppan sentā.
- Valentine, J. (1997). Skirting and Suiting Stereotypes. Representations of Marginalized Sexualities in Japan. *Theory, Culture and Society*, 14(3), 57-85.
<https://doi.org/10.1177/026327697014003003>
- Ward Mahar, K. (2008). *Women Filmmakers in Early Hollywood*. John Hopkins University Press.
- Yamamiya, Y. & Suzuki, T. (2021). Beauty Standards and Body-Image Issues in the West and Japan from a Cultural Perspective. In Leeds Craig, M. (Ed.) *The Routledge Companion to Beauty Politics* (pp. 112-122). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780429283734-14>

Zecchi, Barbara (2014). *La pantalla sexuada*. Cátedra.

Zurián Hernández, F. A. (Ed.). (2017). *Miradas de mujer cineastas españolas para el siglo XXI (del 2000 al 2015)*.
Fundamentos.

Semblanza del autor

Francisco Javier López Rodríguez es Doctor en Comunicación por la Universidad de Sevilla (España) y Master in Film Studies por la University of Edinburgh (Reino Unido). Entre sus líneas de investigación se encuentran la narrativa audiovisual, la cultura popular japonesa, los estudios culturales, los estudios de género y el uso de los medios de comunicación en la enseñanza de idiomas. Ha participado en proyectos de investigación nacionales e internacionales, además de haber elaborado varios artículos, capítulos de libros y comunicaciones para congresos. Es miembro fundador del grupo de investigación ADMIRA (Análisis de Medios, Imágenes y Relatos en su Historia para el Cambio Social) de la Universidad de Sevilla. Actualmente trabaja a tiempo completo como Associate Professor en la Nanzan University (Japón).

The representation of a woman judge in the Italian press. The case of Ilda Boccassini

La representación de una jueza en la prensa italiana. El caso de Ilda Boccassini

Sofia Verza

European University Institute, Centre for Media Pluralism and Media Freedom (CMPF) | Via Boccaccio 121, 50133 Florence, Italy

0000-0002-9657-859X · sofia.verza@eui.eu

Giuseppina Bonerba

Università degli Studi di Perugia Piazza Università, 1, 06123 Perugia, Italy

0000-0001-7942-732X · giuseppina.bonerba@unipg.it

Fechas: Recepción: 07/07/2022 · Aceptación: 05/09/2022 · Publicación: 15/01/2023

Abstract

Various studies have highlighted how the media representation of the judiciary in Italy has shifted from the exaltation of judges who worked on cases of relevant public interest (for example, the Tangentopoli case) to a growing conflict between the judicial body and the political elite. This work focuses on the representation of the judge Ilda Boccassini by four Italian national newspapers during 2011, the year in which she conducted the investigations relating to the «Ruby trial», against the defendant Silvio Berlusconi. The analysis intends to investigate, using the methodology of Critical Discourse Analysis (CDA), the press frames referring to a female judge conveyed in newspapers of different political affiliation. The study builds on other research on the media coverage of judicial investigations in Italy, that have demonstrated the existence of a strong political instrumentalization of judicial events (Mancini 2018; Mazzoni et al., 2017) and politicization and instrumentalization of the media representation of the professional category of magistrates (Priulla, 2014). This study will highlight how the professionalism and competence of Boccassini were poorly represented in the Italian press, while a prevalent use of gender stereotypes and an instrumental attention to the judge's private life can be detected.

Keywords: Italian press, women judge, politicization, Ilda Boccassini, Silvio Berlusconi.

Resumen

Diversos estudios han puesto de relieve cómo la representación mediática del poder judicial en Italia ha pasado de la exaltación de la judicatura que trabajaba en casos de relevante interés público (por ejemplo, el caso Tangentopoli) a un creciente conflicto entre el órgano judicial y la élite política. Este artículo se centra en la representación de la jueza Ilda Boccassini en cuatro periódicos nacionales italianos durante 2011, año en el que dirigió las investigaciones relativas al «proceso Ruby», contra el acusado Silvio Berlusconi. El análisis pretende investigar, utilizando la metodología del Análisis Crítico del Discurso (ACD), los encuadres referidos a la jueza transmitidos en periódicos de diferente afiliación política. El estudio se basa en otras investigaciones sobre la cobertura mediática de las investigaciones judiciales en Italia, que han demostrado la existencia de una fuerte instrumentalización política de los acontecimientos judiciales (Mancini, 2018; Mazzoni et al., 2017) y la politicización e instrumentalización de la

representación mediática de la categoría profesional de los magistrados (Priulla, 2014). En este estudio se destacará cómo la profesionalidad y competencia de Boccassini fueron escasamente representadas en la prensa italiana, al tiempo que se detecta un uso prevalente de estereotipos de género y una atención instrumental a la vida privada del juez.

Palabras clave: prensa italiana, jueza, politización, Ilda Boccassini, Silvio Berlusconi.

1. Introduction

A study conducted on the coverage of the main newspapers regarding women appointed to high positions in the judiciary in five democracies (Argentina, Australia, Canada, South Africa and the United States) showed that this representation cannot be traced back to a typology of characters referable to female judges, but it is specific to each country. For example, in Argentina, the portrait drawn up for the magistrate is that of an «atheist militant»; in the United States she is a woman «without children, but not by choice»; in Canada «she is a judge with a heart» endowed with great empathy, and so on. Based on the context, the image of the female magistrate changes, but in all contexts gender stereotypes can be identified, as many elements of the representations focus on physical appearance, private life, about being the first or second woman in that position (Escobar-Lemmon *et al.*, 2016).

This literature is part of the most developed line of research on the representation of women in the media, which has shown how the latter do not always carry the same stereotypes but develop new and multiple figures functional to different logics, ranging from the objective of seducing the audience to the political instrumentalization of such coverage. However, despite the studies on the representation of women in the media are numerous, there are very few studies on the representation of women judges- except the research quoted above (Escobar- Lemmon *et al.*, 2016). Several researches on the representation of the judiciary in the Italian media have underlined that in recent decades there has been a political instrumentalization of the representation of this professional category: in particular, it is emphasized that those newspapers that are closer to that part of the political elite adverse to the judicial body, devote great space to aspects related to scandals and to the private life of some judges, tending to a form of «trash'' journalism (Priulla, 2014).

This work intends to investigate the representation of a female judge in the Italian press, adopting a gender perspective, thus trying to fill the gap in the literature in this regard. The analysis will focus on the case of Ilda Boccassini, a judge who followed many important trials, in particular asking:

- which frames referring to Boccassini prevailed in the Italian newspapers.
- which differences or similarities in the representation of the magistrate are found in the comparison between newspapers of different political affiliation.

2. Corpus and methodology

Before describing the method used for this analysis, it is good to briefly recall who the figure at the center of our study is. Ilda Boccassini began her service in the judiciary in 1979 retiring in December 2019. Reconstructing the most salient moments of her activity we can cite in chronological order: the investigation called «Duomo connection», concerning mafia infiltrations in Northern Italy; the investigation into the perpetrators of the killing of judges working on mafia-related cases, Falcone and Borsellino; the «Clean Hands» (*Mani pulite*) investigation, related to the most important scandal of political corruption in Italy («Tangentopoli»); the investigations for corruption into Silvio Berlusconi and the lawyer Cesare Previti; the investigations into the radical-leftist terrorist group of the New Red Brigades; the investigation into the «Ruby case», for abuse of power and juvenile prostitution, which once again involved Silvio Berlusconi together with other well-known personalities.

These are all legal events that have been reported in the news' headlines and have continued over the years; therefore, in order to identify a period of time that could be significant for our purpose, that is, to analyze Ilda Boccassini's representation as offered by the Italian press, we checked in the *Factiva* database the amount of articles published in the paper editions of *Corriere della Sera*, *La Repubblica*, *il Giornale* and *La Stampa* published between 2006 and 2020, in which the keyword «Boccassini» appears. It thus emerged that the year in which the name «Boccassini» was most present in the articles of these newspapers is 2011, namely the year in which the judge dealt with the «Ruby case». Let's briefly recall the case, which began when Karima el-Mahroug, in the news known as «Ruby», was accompanied in May 2010 to the Milan Police Headquarters as suspected of theft, but is immediately released, and entrusted to the regional councilor of the *Forza Italia* party Nicole Minetti, following alleged pressure of the then Prime Minister Silvio Berlusconi.

The Milan Public Prosecutor's Office started investigating on the legitimacy of this intervention by Berlusconi, assuming that he may have abused his office as Prime Minister and exerted undue pressure on the police officials in order to cover up the crime of juvenile prostitution. In fact, the investigation revealed that in his residence in Arcore, «red light parties» would have been held on several occasions, in which various girls from the show business would have participated, including the same regional councilor Nicole Minetti and the then minor Ruby, who allegedly provided sexual performances in exchange for money and favors. Following the investigations, on January 14, 2011, the pool of magistrates composed of Ilda Boccassini, Pietro Forno and Antonio Sangermano invited Silvio Berlusconi to appear before them, but he disdainfully refused. Following this, the prosecutors asked for an immediate trial and on February 15, 2011, Silvio Berlusconi was indicted for extortion and child prostitution. The whole event received great media coverage and Ilda Boccassini was one of the main figures in the narrative elaborated by the newspapers examined, as indicated by the high frequency with which her name recurs.

Our corpus is therefore composed of news articles published in the newspapers, *Corriere della Sera*, *la Repubblica*, *il Giornale* and *La Stampa* from 1 January to 31 December 2011. The articles were extracted using the keyword «Boccassini» from the *Factiva* database, obtaining the following results: 259 articles for *il Giornale*, 209 for *la Repubblica*, 136 for *Corriere della Sera* and 69 for *La Stampa*.

The methodology used for the analysis of texts falls within studies on the critical discourse analysis (Fairclough, 1992; Lindekilde, 2014), an approach that is particularly attentive to the dynamics of power and the asymmetries generated by the narrative; this approach involves the use of a plurality of methods of analysis. Among these, this study focuses on identifying the frames present in the articles, in order to highlight the discursive strategies that have contributed to the representation of Ilda Boccassini in the newspapers examined. The concept of frame, widely used in critical discourse analysis, is not uniquely defined in the literature; indeed, its definition remains vague and sometimes problematic (Entman, 1993). For this study, we follow the definition and analytical use of the following authors:

- Benson's approach (Benson, 2013), particularly effective for showing how different frames on a given theme are produced in the media arena and dominant visions emerge depending on a series of factors, including the subjects producing the message;
- Lakoff and Johnson's theory (Lakoff, Johnson, 1980), who highlight how the framing activity derives from framing a phenomenon through a broader metaphor¹, but also outlines how in a discourse the different frames are organized following a hierarchy decided by the author, or by the reader (Hall, 1991), and recall how in the speech the different frames are organized according to a hierarchy decided by the author, or even by the recipient of the message;
- the idea of «frame package»: «Each reconstructed frame is presented by a frame package; that is, by an integrated structure of framing devices and a logical chain of reasoning devices that demonstrates how the frame functions to represent a certain issue» (Van Gorp, 2010). According to Van Gorp's idea, the reconstruction of the frames consists in identifying not only all the explicit discursive mechanisms such as statements, metaphors, tenses, etc., but also the presuppositions, or the implicit mechanisms such as reasoning, themes, positioning on a specific issue, which contribute to constructing the frame and direct the recipient of the message towards the interpretation desired by the author.

Van Gorp also underlines the usefulness of an inductive approach, which finds in the text all the discursive indicators, implicit and explicit, which combine to build a frame. For this reason, we have chosen, in this research, not to search *ex ante* for stereotypes or other elements already highlighted in the studies on gender representations, but to study the articles and their discursive organization in order to identify what emerges with regard to the representation of Boccassini. Following this approach, the frames that emerged *ex post* from the analysis of the four newspapers under analysis are mainly two, opposed, which can be traced back to the theme of the competence-professionalism of the magistrate:

- the frame of the «political theorem», from which it derives that Boccassini is part of that «deviant judiciary», which acts by pursuing political aims;
- the frame of the «legitimacy of the investigations», from which it derives that Boccassini is a professional who is doing her job correctly and competently.

¹ With the term metaphor the authors do not intend to indicate an ornament of the discourse but a fundamental cognitive tool for the construction of meaning.

The area of competence and professionalism therefore represents the main point of view through which Boccassini is represented in the period under analysis; moreover, gender stereotypes or references to the private life of the judge sometimes contribute to corroborating these frames.

3. The opposing frames on the Ruby case: the «political theorem» and the «legitimacy of the investigations»

3.1. The narration of *Il Giornale*: the «political theorem» and the persecutor Ilda Boccassini

The representation of the magistrate Ilda Boccassini, in the corpus examined, is built within the coverage of the Ruby case. This is what the articles in which the name Boccassini appears are talking about: the investigations, the indictment and the trial of the Prime Minister, and it is in the narration of this story that the character of the magistrate is portrayed by the newspapers based on the chosen frame from each newspaper to frame the story.

One of the four news outlets under analysis is *Il Giornale*, owned by the Berlusconi family and holding a rightist political affiliation. As it will be seen in more detail in the following pages, *il Giornale* elaborates the frame of the «political theorem», or rather of the persecution by the «red robes» of which Berlusconi is a victim. This frame, this interpretative key, is communicated through a storytelling that uses the classic narrative scheme of the persecuted hero (Salmon, 2007) in which Berlusconi plays the role of the victim while Ilda Boccassini is assigned the role of the persecutor.

The narrative offered by *il Giornale* makes use of a very concrete language, which relies on emotions rather than rationality, and aims to arouse feelings of approval or aversion with respect to the actors involved rather than focusing on the facts. Therefore, the representation of these actors becomes fundamental, their description on the basis of which the reader can have confidence in one or the other character, and therefore take sides and consequently interpret the whole story, and the political implications of the Ruby case.

Among the judges working on the case (Pietro Forno and Antonio Sangermano, as well as the Public Prosecutor Edmondo Bruti Liberati, head of investigations), Ilda Boccassini is the person who is chosen to play the narrative role of «red robe». She is constantly being targeted, and is described as: incompetent, emotionally unstable, self-centered, persecutor and hater of Silvio Berlusconi, person of dubious morality, spy, leftist. It can be noted that the first two characteristics refer to widespread gender prejudices: the incompetence of women in sectors considered to be usually left to males, and emotional instability, are solidly rooted stereotypes. There are also references to her physical appearance - much more frequent when it comes to women than when it comes to men - conjugated to age-related prejudices, for which Ilda Boccassini is also defined «withered magistrate» with «dyed hair».

As a woman, Ilda Boccassini fits herself perfectly to embody the stereotypes that can represent her as an inadequate magistrate and, more generally, as a weak subject and scarcely worthy of professional consideration. When Silvio Berlusconi refuses the invitation to appear before the judges, the expression skillfully used by Silvio Berlusconi is: «I don't sit in front of Boccassini». The

Premier does not say: «I am not going to speak to the magistrates», but he uses an expression whose connotations suggest the interpretation: «I do not demean myself in front of an unworthy woman». And the character of an unworthy woman is cleverly constructed by the newspaper *il Giornale*, that will particularly stress references to the personality and private life of the magistrate.

Let's see some examples. As mentioned above, *il Giornale* is the newspaper that publishes the largest number of articles in which the term «Boccassini» appears in the period analyzed. Most of these articles are concentrated in the period preceding Berlusconi's indictment. In particular, already on 11 January 2011, when *il Giornale* has not yet published news on the Ruby case (the first articles are dated 12 January), an article was published with the title: «The Boccassini team's blunder», emphasizing a mistake made by PM Paolo Storari in the request for the release of Giovanni Valdes, former rightist mayor of Borgarello (Pavia), accused of auction disruption. It does not emerge from the article that Ilda Boccassini had a role in this case, but with a skilful semantic shift, the title attributes the responsibility to her. Moreover, the mistake is not mentioned as such but is defined as a «blunder», implying the unreliability and lack of competence of the judge, in a process of total delegitimization.

The article is emblematic of the communication strategy carried out by *il Giornale* with particular intensity up to the indictment of Berlusconi on February 15, 2011, and which remains identical in all the articles analyzed. It is a communication strategy aimed at «building the reader» (Salmon, 2007; Eco, 1979), that is, to equip her/him with those skills necessary to cooperate in the narrative world proposed by the author; in this case, to frame the Ruby case through the frame of the «political theorem», an interpretative framework that can be summarized with the statement: «where the political opposition fails in the elections, the red robes enter the scene». In particular, a timely article by the director of *il Giornale* Alessandro Sallusti dictates the storytelling plot to be disclosed and the list of elements that constitute a defense of the then Prime Minister Berlusconi, elements that will be variously declined and highlighted in the numerous articles to follow. The title and the buttonhole read:

The ambush: judges helping the left. Boccassini spies on Arcore's guests and reopens the Ruby case: Berlusconi accused of aiding and abetting prostitution for an intercepted chit-chat. (Sallusti, 15 January 2011)

It can be noticed that the author proposed a clever semantic shift from the «judges» to «the spy Boccassini». The term «judges», which suggests a function and does not designate specific people, is illustrated with a very precise image, the known magistrate who «spies», therefore performs an unworthy action that immediately qualifies her in a negative way.

The beginning of the article continues:

It is not an attempted coup but close. The ambush set yesterday by the Milan prosecutor for the Prime Minister.

The initial litotes is cleverly used to introduce the «politicized justice theorem» and the narrative becomes more and more figurative and captivating². Sallusti continues:

² C. Salmon (2007) considers concreteness and the invocation to emotions as the key characteristics of effective storytelling.

There is a girl, Ruby, who made the headlines two months ago ... And there is another woman, the prosecutor Ilda Boccassini (who has been targeting Berlusconi for 16 years with undisguised hatred) who has unleashed hell to sustain the existence of a crime that the same alleged victim [Ruby] categorically excludes.

This carousel of suggestive characters is functional to the construction of the narrative role of the antagonist, of the «villain», in this case in the guise of a powerful woman who has long hated Silvio Berlusconi and who would do anything («unleash hell» on the basis of «chit-chats») in order to destroy him.

The symmetrical narrative role, that of a good and persecuted hero - who in any case will be the winner, as in the best fairy tales - is perfect for Silvio Berlusconi, and will be enriched with details in subsequent articles in which the Prime Minister is portrayed as a concentrate of strength, patience and, if you really want to find a fault that sometimes gets him into trouble, who is too generous and compassionate, as it was with the «Olgettine» (the girls allegedly invited to his parties).

This is the basic script that organizes the storytelling proposed by *il Giornale* based on the frame of the «political theorem», and that will be developed coherently in the articles examined, in which Ilda Boccassini is the chosen one to build an effective narrative, and against who *il Giornale* unleashes the so-called «mud machine». Using allusions, various types of arguments, inferences and labels such as «Ilda the Red», Ilda Boccassini's integrity - both human and professional - is questioned on several levels.

If the first article of our corpus in which the name Boccassini appears in *il Giornale* attributes incompetence and unreliability, the ones immediately following describe her as undisciplined and neurotic. A short article dated January 16, 2011, traces a portrait of her, citing a statement by judge Saverio Borrelli in 1991, when he left the *Mani Pulite* pool due to disputes with colleagues. It is a story of many years before, dusted off for the occasion:

The colleague Ilda Boccassini demonstrated a lack of nervous control, an irrepressible charge of subjectivism, an unwillingness to share results, reflections, intentions.

In the following few lines, the columnist closes by delivering this question to the readers: «*Has she changed in twenty years?*».

The answer is obvious, and the attack is powerful, an attack based not on the current case - the Ruby trial, which is not even mentioned - but through a thorough investigation of all aspects of the magistrate's entire life, sifted through in order to be used against her and delegitimizing her work. So, in the following days *il Giornale* will circulate some minutes dating back to 1981, in which Boccassini's superiors discuss whether some of her «loving attitudes» towards a *Lotta Continua* (a leftist newspaper) journalist were inappropriate, and then deciding that there were no extremes to sanction said behaviors. Despite the filing of the case, and the fact that thirty years that have passed, *il Giornale* focuses on the story, emphasizing both the «lack of morality» of the magistrate and her proximity to the extreme left, writing in a headline:

The accusation against Boccassini and those evening checks in the judges' rooms. Here are the minutes with the complaints of the former chief prosecutor: «inappropriate and compromising behavior». (27 January 2011)

Another «case» that is raised concerns the son of Ilda Boccassini, who was sued in 1997 for a fight in front of a nightclub. Although there is no evidence of an intervention by the magistrate in favor of her son, the journalists of *il Giornale*, Vittorio Sgarbi in the lead, argue that any mother would do anything for her son, it is therefore legitimate to assume that she too did help him and for this her son was only granted a little sanction.

The extreme attention paid to the private life of a professional like Boccassini is part of a type of journalistic activity that «chooses and administers its sources in relation to the effects it intends to produce. [...] Behind the degeneration of trashy journalism, however, there is a much more foundational plan that builds the repertoires of meaning» (Priulla, 2004). So, in line with the findings of Escobar-Lemmon *et al.* (2016) and Kahn (1996), the gender coverage does not focus so much on the professionalism and experience as a judge of the subject in question, but rather on irrelevant factors such as personal and family life.

The narrative constructed by *il Giornale* on the Ruby case can be read on several levels, and therefore address more «naive» or more informed readers.³ There is a simpler level, which reduces everything to two characters, the magistrate and the premier, and a more complex one, in which we talk about clockwork justice, due to the proximity of the investigations to the elections, a deviated judiciary and therefore a wider panorama in the relationship between justice and politics. The two levels of interpretation integrate and reinforce each other, and the label of «Ilda The Red», in the apparently harmless form of a simple appellation, is a powerful synthesis of the attack on the integrity of the magistrate, since it attributes her at the same time both the political partisanship and the stereotypical connotations associated with ginger hair, which can indicate: malice, falseness, aggression, instability. It should be noted that while this expression («Ilda, The Red») is used several times in the articles of *il Giornale*, it never appears in *la Repubblica*, and appears only twice in *Corriere della Sera* (June 19 and November 9, 2011) and twice in *La Stampa* (16 April and 15 June 2011), and always as a quotation from *il Giornale*.

3.2. *La Repubblica*: the frame of «Legitimacy of the investigations» and the absence of a counter-narrative referring to Ilda Boccassini

The second newspaper in terms of number of articles in our corpus is *la Repubblica*. Here, too, the representation of Ilda Boccassini is part of the journalistic coverage of the «Ruby case», which *la Repubblica* frames in a completely different way than *il Giornale*.

How is the narrative of the Ruby case elaborated by this newspaper and what role does the magistrate play in it? In the first articles of January 2011, Ilda Boccassini is always cited as one of the three judges who conduct the investigations (Boccassini, Forno, Sangermano, all three always listed in alphabetical order) and she is not attributed any particular qualities or roles. The focus of the narrative

³ On the definition of «naive» and «informed» reader, see U. Eco (1979).

is on the suspect Silvio Berlusconi, on the hypotheses of crime and on the possible consequences of the scandal on the political scenario.

Ilda Boccassini's representation begins to change on *la Repubblica* on January 23, when the writer Roberto Saviano dedicates his law degree received *honoris causa* from the University of Genoa to the pool that investigates the Ruby case, arousing many indignant reactions including that of Marina Berlusconi, Silvio's daughter. It is at that point that numerous articles in *la Repubblica* begin to contest the «mud machine» set in motion by *il Giornale* and Ilda Boccassini's name begins to appear on its own, as if she were the only protagonist of the investigations. The prosecutor Edmondo Bruti Liberati, expressing his solidarity with Boccassini, declares:

In consideration of the delicacy of the matter, the Public Prosecutor constantly and fully monitors all the investigation activities, which he personally coordinated and consequently took full responsibility. (*la Repubblica*, 28 January 2001)

This declaration, and the related claim of leading role by Liberati, however, will not produce changes in the representation of Ilda Boccassini offered by *il Giornale*, while it is observed that more and more, even in *la Repubblica*, her name will appear on its own, and not as a member of the pool, indicating her as the only protagonist of the investigations, a functional element to the communication strategy of *il Giornale*.

Two other significant factors for communication are associated with this. The first is the fact that, while contesting the «mud machine», the arguments in defense of Ilda Boccassini are abstract, indirect, referring to the category of magistrates and to the principles of law and not to her as an individual, with the effect of constructing generic statements, not very effective from a communicative point of view (Lakoff 1996; 2004). The second is the fact that *la Repubblica*, to contest the statements of *il Giornale*, takes them up and repeats them, thus granting them an even wider dissemination, and bringing the debate to the opponent's terrain. Instead of building new frames to be offered to the reader, «*la Repubblica*» tries to demolish those of the adversary, an operation which generally has little communicative effectiveness.

Thus, *la Repubblica* - albeit with a polemical tone - reports that:

Ravetto [a Forza Italia's deputy] publishes posts of «Boccassini clochard» on Facebook. [...] The photo of the prosecutor Ilda Boccassini in clochard version on the Facebook page of the undersecretary for relations with the Parliament Laura Ravetto. With the caption: «The prosecutor, after having exhausted the entire budget of the Milan prosecutor to intercept Berlusconi, has taken steps to raise additional funds, useful for the prosecution of the investigation». (*la Repubblica*, 30 April 2011)

Or, leaving again space to those who criticize the judge:

In a rally, in the main square, Santanché [a Forza Italia's deputy] fires on Boccassini «She is a metastasis of democracy». (10 May 2011)

On the contrary, in the articles of *la Repubblica* it is possible to find references to Ilda Boccassini's professional successes, with reference to the mafia investigations that she conducted and successfully concluded: thus, on 1 December 2011, Roberto Saviano explains:

The Boccassini method, heir to the Falcone [a notorious anti-mafia judge] method, is characterized by a widespread search for evidence and a prudent rigor in communicating investigations to the media: nothing starts from sensations or from wiretapping only, or from the statements of collaborators of justice.

Even in this case, however, there is no concrete reference to the Boccassini's character, no note that can produce empathy in the reader or arouse some other passion: the reference is to something rational and abstract like «the method», and moreover a method that was not elaborated by Ilda Boccassini herself but «inherited» by a mythical figure like that of Falcone.

Another article in *la Repubblica* by Natalia Aspesi instead differs from the others, and reporting the first day of the Ruby trial writes:

Women [...] those who in the Tribunal commit intelligence, experience and love for justice: almost a cruel nightmare for a *tombour des femmes* who must find himself uneasy in front of self-made ladies, who did not need his generous professional and financial help; the Court is made up of three female magistrates (Carmen D'Elia, Orsola De Cristoforo, President Giulia Turri), and a female assistant prosecutor (Ilda Boccassini). (*la Repubblica*, 7 April 2011)

In this representation, the journalist does not think of answering back the arguments of *il Giornale* but elaborates her own representation (women who built their career without external help) and cites qualities like intelligence, experience, love for justice. The frame built by Natalia Aspesi appears effective in the representation of the female figures present in the Court, but once again it is not focused on Ilda Boccassini *per se*: she is only a figure among the others. Her positive representation in this article of *la Repubblica* does not therefore contribute to creating her own character, while in the smear campaign of *il Giornale* her negative profile emerges in a clear and easily identifiable way.

In summary, what is found in the articles of *la Repubblica* here examined is the absence of an autonomous counter-narrative referring to the figure of Ilda Boccassini. *la Repubblica* chooses to contest the statements of *il Giornale* with abstract arguments of a general nature, such as the right / duty of the judiciary to carry out investigations. The newspaper also expresses disdain at the mud machine set in motion by *il Giornale*, but in doing so, it repeats some of the opponent's statements and constructs the character of the magistrate as a victim of insults. As pointed out by Lakoff (1996; 2004), this type of communication strategy – often adopted by progressives in the US context – can be ineffective, since instead of proposing its own vision, it focuses on demolishing the opponent's theses. This operation involves the citation and dissemination of these theses, and therefore itself strengthens them.

3.3. The secondary role of *Corriere della Sera* and *La Stampa*

In the representation of the magistrate Boccassini, as well as in the entire Ruby case, the *Corriere della Sera* and *La Stampa* – two more centrist news outlets, with less clear political affiliation than *il*

Giornale and *la Repubblica* – do not play an original role and do not elaborate their own frames, but are limited to reporting the positions of the various parties involved, also through numerous quotes from other newspapers. For example, the *Corriere della Sera* of January 28, 2011, commented on *il Giornale*⁴:

It is the grammar of «journalism of retaliation»: if you invade my private sphere, I am authorized to destroy yours. But it is a bogus equation. And if it is believed that intrusions into a person's private sphere are barbaric, justifying it as a «counter-barbarism» does not cancel the previous barbarism, it simply doubles it.

However, this does not correspond to a clear stance of «Il Corriere» against the smear campaign against Boccassini. In fact, on February 11 it reports the words of Fabrizio Cicchitto, the group leader of Berlusconi's party at the Chamber of Deputies:

I am for the total respect of private life. But I am not convinced by these bigots who first discovered the playful dimension of life in 1968, and now engage in the role of censors.

Again, on February 16, 2011:

For Cicchitto «it is really appropriate to talk about clockwork justice, because for Berlusconi it is very fast, even instantaneous justice. Democracy is at risk because the popular vote is questioned, as well as the legitimately elected government [...]. There is a risk of overturning the electoral result with a media and judicial operation, carried out by Boccassini and which is disturbing. [...] Santanché summarizes, «Boccassini should take the field and stand as a leader of the center-left».

The position of the news outlet *La Stampa* is similar, characterized by an even more chronicle-oriented style, intended to give news of the developments of the affair and to report the declarations of the various parties involved. The articles that mention Boccassini's name are far fewer in number than in the other newspapers (69), and only in two letters by the readers clear positions in favor or against the judge can be found. We mention them here to give an idea of the tenor of the opinions expressed:

The unification of Italy owes a lot to Cavour, and Cavour owes a lot to the «escort of the time», the Countess of Castiglione: It can be said that Cavour, Napoleon Bonaparte, Nigra and Castiglione are at the root of united Italy. This year we celebrate them ... perhaps Boccassini would take them to trial. (*La Stampa*, 26 gennaio 2011)

On a completely different note, another reader:

Dear Dr. Boccassini, as a citizen I want to thank you for the extraordinary work you are doing in Lombardy against the expansion of the 'Ndrangheta [mafia] in northern Italy. And I also want to thank you for the investigations with which, in 2007, you foiled an attack against Mediaset that could have had dramatic consequences for the people – some friends and colleagues as well –

4 «Boccassini; Il commento; gli (Sterili) Colpi Proibiti per Demolire l'Avversario» («Boccassini; The comment; the (Sterile) Forbidden Blows to Demolish the Adversary»).

with whom I have been working for years. Recently much more illustrious writers than me have attacked you for the color of your hair, arrogantly red, or for a kiss given to a boyfriend 30 years ago ... I think that you have always done only what your duty imposed on you - as evidenced by the blitz against the new red Brigades in 2007 - and that if there is a judge who deserves neither the «Boffo treatment» nor the «Mesiano treatment»⁵, it is you. We are the only country in Europe that has had 24 judges massacred by organized crime and also the only one in which a woman who risks her life every day by fighting it gets ridiculed. (12 febbraio 2011)

These two letters lead to two considerations: the first is that they offer the testimony of how the readers of *La Stampa* may have opposing opinions on Boccassini, which is unlikely to happen for the readers of *il Giornale* or *la Repubblica*, confirming that *La Stampa* has not promoted its own storytelling in this regard.

The second consideration is that very positive representations of Ilda Boccassini have also circulated in the public opinion, based on her career and her considerable commitment against organized crime. This is clear in the letter of February 12 cited above, as well as in news articles that report demonstrations of support and esteem for Boccassini expressed by groups of citizens on the occasion of the Ruby trial.

An alternative narrative of the magistrate to that constructed by *il Giornale* is therefore not only possible but is also shared by a certain number of readers; however, not even *la Repubblica* gives emphasis to these views, nor does it use them as materials for a counter-narrative.

4. Conclusion

The scientific literature on the representation of female judges in the media is extremely incomplete. This study seeks to offer a contribution on the subject, analyzing the representation of the magistrate Ilda Boccassini in the articles published by four Italian newspapers in 2011, during the investigations and trial relating to the «Ruby case», in which the then Prime Minister Silvio Berlusconi was accused of extortion and child prostitution.

The main point of view through which all the newspapers under analysis represented the judge relates to her presumed competence-professionalism, resulting absent or present depending on the newspaper under analysis. In particular, *il Giornale* and *la Repubblica*, which are at the extremes of the political spectrum in terms of affiliation of the newspaper, dictate the most effective narratives, which are taken up, confirmed or denied, also by *La Stampa* and the *Corriere della Sera*.

The frame chosen by *il Giornale* was that of the «political theorem», according to which the left, which failed to defeat Berlusconi at the polls, would resort to the «red robes»- politicized judges- to do so. In this narrative Boccassini becomes an anti-hero, a persecutor of Berlusconi. Through a series of articles concentrated in the period preceding Berlusconi's indictment, the magistrate is portrayed as incompetent, emotionally unstable, self-centered and sick of protagonism, persecutor

⁵ Terminology that became common in the journalistic language to indicate cases of smear campaigns, as those suffered by the journalist Dino Boffo and the judge Raimondo Mesiano, who were subject to a press campaign of «Il Giornale» taking place against them after writing/investigating against Silvio Berlusconi.

and hater of Silvio Berlusconi, a person of dubious morality, spy, friend of the left. The label «Ilda the Red» label, used several times by *il Giornale*, represents the synthesis of this media operation and stigmatizes Ilda Boccassini as a deviant judge.

la Repubblica, on the contrary, chooses the frame of the «legitimacy of the investigations», highlighting factual elements that justify the action of the magistrates (wiretapping, hypothesis of crime) and highlighting how Boccassini is the victim of strong attacks by her opponents, who through references to her private life try to delegitimize her. The frame built by *la Repubblica* is aimed at contrasting the frame of the «Political Theorem» and at supporting the «Legitimacy of the investigations». The newspaper therefore places itself in a position of follower, measuring itself on the same ground prepared by *il Giornale*.

Similarly, the other two newspapers examined, *Corriere della Sera* and *La Stampa*, do not elaborate original frames but merely report alternatively those proposed by *la Repubblica* and *il Giornale*.

How to interpret these results? A first factor that clearly emerges is the political instrumentalization of the narrative on the judge, which has already been noted in the literature. Studies that deal with media coverage of corruption have shown the existence of a strong political exploitation of judicial events, which concerns Italy in particular (Mancini, 2018; Mazzoni *et al.*, 2017; Mancini & Mazzoni, 2016). In recent decades the representation of the Italian judiciary shifted from the exaltation of judges who work on cases of strong public interest (e.g., the *Mani pulite* pool) to a growing conflict between the judicial body and the political elite, a conflict that often involves politicization and exploitation of the media representation of the professional category of judges (Priulla, 2004).

The representation of the judge Ilda Boccassini is located within this general trend, but the analysis carried out also allows for the identification of gender discrimination. In fact, among the numerous magistrates involved in the investigation of the Ruby case, *il Giornale* chooses to expose Ilda Boccassini to the media pillory because, as a woman, she was the most functional character to cover the role of the anti-hero, for several reasons. First, the very fact of not being a man constitutes an element of singularity, and therefore greater visibility, to those who stand out in a traditionally male environment⁶. Furthermore, gender prejudices are more easily attributed to a female figure, undermining her integrity and authority, these stereotypes being: her emotional instability, lack of competence in traditionally male sectors, irrationality that makes feelings prevail over reason, a greater aptitude for the private sphere which corresponds to a fundamental inadequacy for the public sphere, motherhood before any other duty. Finally, being «weak subject», a woman constitutes a not fearsome enemy, who can be mocked, with whom confrontation can be refused confrontation (e.g., not sitting in front of her, as affirmed by Berlusconi).

6 In Escobar-Lemmon *et al.* (2016) it is noted that in the case of women appointed to high positions in the judiciary, the press emphasizes the fact that she is the «first» or «second woman» to hold that office, to the detriment of other characteristics such as competence, merit, etc.

References

- Benson, R. (2013). *Shaping immigration news*. Cambridge University Press.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781139034326>
- Eco, U. (1979). *Lector in fabula. La cooperazione interpretativa nei testi narrativi*. Bompiani.
- Entman, R.M. (1993). Framing: Towards a Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51- 58.
<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Escobar-Lemmon, M., Hoekstra, V., Kang, A. & Kittilson, M. (2016). Just the Facts? Media Coverage of Female and Male High Court Appointees in Five Democracies. *Politics & Gender*, 12(2), 254-274.
<https://doi.org/10.1017/S1743923X16000234>
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and Social Change*. Polity Press.
- Hall, S. (1991). Encoding, decoding. In S. During (ed.) *The Cultural Studies Reader*, Routledge, 90-103.
- Kahn, K.F. (1996). *The Political Consequences of Being a Woman: How Stereotypes Influence the Conduct and Consequences of Political Campaigns*. Columbia University Press.
- Lakoff, G. & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*. University of Chicago Press.
- Lakoff, G. (1996). *Moral politics: What Conservatives Know that Liberals Don't*. University of Chicago Press.
- Lakoff, G. (2004). *Don't Think of an Elephant: Know Your Values and Frame the Debate*. Green Publishing.
- Lindekilde, L. (2014). Discourse and Frame Analysis: In depth Analysis of Qualitative Data in Social Movement Research. In D. della Porta (ed.) *Methodological Practices in Social Movement Research*, Oxford University Press, 195-227.
<https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780198719571.003.0009>
- Mancini, P. (2018). Assassination Campaigns: Corruption Scandals and News Media Instrumentalization. *International Journal of Communication*, 12, 3067-3086.
- Mancini, P. Mazzoni, M. (2016). Un racconto di parte; la corruzione nei giornali italiani. In *il Mulino*, 1, 45-51. Il Mulino.
- Mazzoni, M., Stanziano, A. & Recchi, L. (2017). Rappresentazione e percezione della corruzione in Italia. Verso una strumentalizzazione del fenómeno. *Comunicazione Politica*, 1, 99-118.
<https://hdl.handle.net/11391/1401359>
- Priulla, G. (2004). Di rado i triangoli sono virtuosi. Politica, informazione e giustizia da una tangentopoli all'altra. *Comunicazione Politica*, 3, 507-530.
- Priulla, G. (2014). Parole tossiche: cronache di ordinario sessismo. *Parole tossiche*, 1-176.
- Salmon, C. (2007). *Storytelling. La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*. Éditions La Découverte.
- Van Gorp, B. (2010). Strategies to Take Subjectivity out of Framing Analysis. In P. D'Angelo & J. Kuypers (eds.) *Doing news framing analysis: Empirical and theoretical perspectives*, Routledge, 84-109.

Semblanza de las autoras

Sofia Verza holds a PhD in Political Science from the University of Perugia and an MA in Law from the University of Trento. She was a Visiting Researcher at Columbia University (NYC), Bilgi University (Istanbul) and the University of Antwerp. She has been carrying out research into the relationship

between the media and policy making, national security and freedom of expression, especially in Italy and Turkey. She has collaborated with Osservatorio Balcani e Caucaso Transeuropa (OBCT), the Media Freedom Rapid Response (MFRR) consortium, the European Centre for Press and Media Freedom (ECPMF) and Columbia University's Global Freedom of Expression project.

Giuseppina Bonerba has a Ph.D. in Semiotics from the University of Bologna, supervised by Prof. Umberto Eco, then she studied at the «École des hautes études en sciences sociales» in Paris and taught Langue et Civilisation italienne at the University of Tours (France). She is currently Assistant Professor of Sociology in the field of cultural and communicative processes at the Department of Political Sciences of the University of Perugia where she teaches Advertising in the master programme. Areas of research/interest: media studies; media and politics; corruption and anticorruption; gender studies.

Maternidades en tensión y movilidad a través de Marsella (Belén Macías, 2014)

Motherhoods in conflict and mobility through Marsella (Belén Macías, 2014)

Sonia Dueñas Mohedas

Universidad Carlos III de Madrid | Calle Madrid, 126, 28903 Madrid, España

0000-0002-5077-7569 · sduenas@hum.uc3m.es

Natalia Martínez Pérez

Universidad de Burgos | Paseo de Comendadores, s/n, 09001 Burgos, España

0000-0003-2704-3572 · nmperez@ubu.es

Fechas: Recepción: 14/07/2022 · Aceptación: 04/10/2022 · Publicación: 15/01/2023

Resumen

Los modelos de madre más popularizados en los medios de comunicación desde finales de los años 80 instaban a las mujeres a sacrificar no solo su carrera profesional, sino también su identidad como individuo por sus hijos mientras, de forma contradictoria, las impulsaba a ser ambiciosas y competitivas en un ámbito laboral tradicionalmente masculinizado. Este exigente modelo ha sido cuestionado desde la ficción audiovisual durante la última década, sobre todo, a través de propuestas que vienen de la mano de mujeres cineastas gracias a su paulatina incorporación en la industria cinematográfica. El presente artículo analiza, bajo el marco de los Estudios Filmicos y Estudios Feministas, la representación de la maternidad y la movilidad a través de la *road movie Marsella* (Belén Macías, 2014), en la que la maternidad de acogida y la maternidad de origen entran en tensión para profundizar en la diversidad y romper ideales sobre un escenario de movilidad que fuerza los límites de los personajes. Desde una mirada femenina, la película explora esa maternidad vivida en los denominados no lugares ante la búsqueda de la paternidad ausente, poniéndose de manifiesto el contraste entre dos concepciones diferentes bajo la misma esencia: la complejidad de la figura de la madre.

Palabras clave: movilidad, maternidad, cine español, *Marsella*, cineasta.

Abstract

The motherhood role models most popularized in the media since the late 80s urged women to sacrifice not only their professional careers, but also their identity as individuals for their children while, in contradiction, encouraging them to be ambitious and competitive in a traditionally masculinized work environment. This model has been questioned in audio visual fiction during the last decade, especially through proposals made by women filmmakers thanks to their gradual incorporation into the film industry. This article analyses, under the framework of Film Studies and Feminist Studies, the representation of motherhood and mobility through *Marsella* (Belén Macías, 2014), in which foster motherhood and motherhood of origin come into conflict to explore diversity and break ideals on a scenario of mobility that forces the limits of the characters. From a feminine point of view, the film examines that motherhood lived in the

so-called non-places that seeks the absent fatherhood, highlighting the contrast between two different conceptions under the same essence: the tapestry of the figure of the mother.

Keywords: *mobility, motherhood, Spanish cinema, Marsella, filmmaker.*

1. Introducción

En el artículo 20 bis de la Ley 26/2015 de 28 de julio de modificación del sistema de protección a la infancia y a la adolescencia, apartado 2, sobre los deberes de las familias de acogida, se indica que estos deben:

colaborar en el tránsito de la medida de protección del menor a la reintegración a su entorno de origen, la adopción, u otra modalidad de acogimiento, o al entorno que se establezca tras la adopción de una medida de protección más estable. (p. 64570)

No obstante, autoras como Mónica Tarducci (2008) subrayan que la importancia que le da la sociedad occidental a los lazos de sangre en la construcción biológica de las relaciones de parentesco, o la «ideología de la familia genética», promueve que la adopción sea percibida como algo irregular, no «natural». A pesar de ello, las ideas en torno a la «verdadera femineidad», que asocian a las mujeres con la maternidad, se vale de la adopción como una alternativa (pensada incluso como altruista y «solidaria») en el proyecto de convertirse en madres. Para la autora, desnaturalizar los supuestos que rigen la visión de familia y pensar el parentesco como una institución socio-histórica atravesada por relaciones de poder, permite un análisis más certero sobre la maternidad y la adopción. Es, precisamente, la familia de acogida la que adquiere importancia en la producción española *Marsella* (2014), el largometraje de la directora catalana Belén Macías. Su historia, como muchas otras, da voz al conflicto que se produce entre dos maternidades: la de origen¹ y la de acogida, estableciéndose una fluidez entre los límites de los derechos y deberes como madres, únicamente unidas ante la protección del menor. Este objetivo marcado por las protagonistas se prima por encima de cualquier dictamen emitido por la justicia, aquella que le arrebató la custodia a Sara (María León), la madre de origen, por sus adicciones y se la otorgó temporalmente a Virginia (Goya Toledo), la madre de acogida. Es ahora, cuando Sara recobra su maternidad de forma legal, que ambas se enfrentan, revelando prejuicios para recuperar a su hija Claire (Noa Fontanals) obviando los deseos de esta.

1.1. Objetivo de investigación y aspectos metodológicos

El presente artículo tiene como objetivo principal el análisis cualitativo de la representación de la maternidad y la movilidad a través de *Marsella*, permitiendo el estudio de los conflictos existentes entre la maternidad de acogida y la maternidad de origen, una tensión evidente entre sus personajes que se desarrolla a partir de un desplazamiento físico y mental iniciado por Sara, la madre de origen. Macías ofrece un espacio de discusión entre diferentes maternidades en una búsqueda para, supuestamente, poner fin a una paternidad ausente. Su trabajo, que recibió varias nominaciones

¹ Giberti (2006, p. 5) considera que el concepto «madre biológica» debe incluir el entorno sociopolítico y económico de la mujer sin caer en el error de mantener esa visión reduccionista basada exclusivamente en lo físico, en su función reproductiva. Por tanto, en este caso, «biológica» hace referencia a «la madre de origen» con el fin de generar un distanciamiento de la concepción de la maternidad como algo natural y propio de la mujer.

por parte del Sindicato Nacional de Actores y Actrices, el Círculo de Escritores Cinematográficos y los Premios Goya; cuenta con la labor de las actrices María León y Goya Toledo, cuyos personajes tratan de dar sentido a sus vidas a través de la maternidad. Este aspecto se explora como una vía de enfrentamiento y límites traspasados, como herramienta de sanación y ruptura con el pasado, como amenaza y «arma arrojadiza» frente al otro, pero también como punto de encuentro y entendimiento. Por ello, su historia supone un relato que evidencia las tensiones sociales y judiciales de la pérdida de custodia y adopción y las consecuencias psicológicas del menor. Cabe destacar que este tipo de cuestiones en torno a la maternidad son recurrentes en la filmografía de la cineasta, en donde continúa representando la diversidad femenina, como en su tercer y último largometraje, *Juegos de familia* (2016), que explora las relaciones familiares a través de la historia de una mujer madura, Carmen (Vicky Peña), que se debate entre abandonar a sus hijos y marido para emprender una nueva vida junto a su amante.

A nivel metodológico, se trata de un trabajo de análisis de representación y se ha optado por el análisis directo, por la descripción, desde un plano valorativo, de cuestiones tales como el cuerpo, la indumentaria, las acciones, los diálogos, el comportamiento, etc. de los personajes. Tomando como horizonte teórico los Estudios de Género y los Estudios Culturales, esta película ha sido localizada gracias al Archivo de Cine de Movilidad² creado por el proyecto de investigación «Cartografías del Cine de Movilidad en el Atlántico Hispánico» (CSO2017-85290-P)³.

2. Marco teórico: la representación de la maternidad en el cine

La representación de la maternidad en el cine de los últimos años comienza a tomar en serio la posibilidad de subvertir el imaginario tradicional y estereotipado sobre cómo debe ser una madre y cómo debe relacionarse con otras, una idea que ha perseguido a las mujeres durante siglos. Autoras como Tarducci (2008, p. 11) consideran que la maternidad como una institución ligada a la feminidad y los principios universales es un planteamiento obsoleto al obviar la vivencia «natural» de la maternidad, puesto que «cuando no se cumplen las reglas, de clase, de edad, de sexualidad, entre otras, se pone en evidencia que la cuestión es socio-histórica y, por tanto, contingente». Por ello, es indispensable tomar conciencia de que la maternidad y, por supuesto, la no maternidad son experiencias únicas, diferentes, complejas y con sus propias especificidades para cada mujer. En este sentido, el cine tiende a mostrar una construcción simbólica y relativa que, en muchas ocasiones, genera discursos renegociadores, transcritos y relativos al género en términos de rol y conducta en contextos sociales y culturales particulares. Al respecto, Ciller (2021) afirma que:

En la creación y la representación occidental, dos temas son recurrentes y acuciantes ante la evolución de la imagen de la mujer y de la maternidad. Por una parte, aquellas que reivindican su identidad, su individualidad y su participación en la sociedad como ciudadanas en igualdad de derechos y libertades más allá de su experiencia materna [...] Por otra parte, aquellas que, adentradas en el camino de la maternidad, viven un progresivo y continuo sentimiento de angustia o de pánico provocado por la evocación de la pérdida. En definitiva, miedo a

² Véase *Culturas del Cine*, <https://culturasdelcine.uc3m.es/>

³ Proyecto financiado por FEDER y el Ministerio de Ciencia e Innovación/Agencia Estatal de Investigación y perteneciente al grupo de investigación TECMERIN (Televisión-cine: memoria, representación e industria) de la Universidad Carlos III de Madrid.

desprenderse de una identidad propia y miedo a perder a los hijos, a que te los arrebaten, a que fallezcan, a que desaparezcan. (p. 115)

La forma en la que se representan los nuevos modelos de familia obliga a replantearse el término de la maternidad, en donde debe englobarse la diversidad de la institución familiar actual. Rompe, por tanto, con la percepción simplista de que la maternidad está relacionada con la naturaleza y el instinto, cuestionando el encorsetado rol biológico y de todas aquellas cuestiones o mitos que lo subyacen, como el «instinto maternal», el «sentir maternal», el «sacrificio» o el «amor y cuidado incondicional». Los condicionantes políticos, económicos, sociales y culturales son los que (re) configuran y (re)escriben la maternidad y, con ello, sus representaciones, prácticas y discursos, los cuales poseen, ya de por sí, una significación subjetiva.

El feminismo ha tratado de dinamitar tipologías tales como «buena madre» y «mala madre», planteamientos sociales que idealizan o juzgan las capacidades de las mujeres en términos de seguridad, protección y, en definitiva, de provisión de un ambiente satisfactorio para la estabilización física y psicológica del menor, cumpliendo, así, con las expectativas que conforman la percepción social y cultural de la maternidad. Fernández (1994, p. 168) considera que «la maternidad se inscribe en el orden de lo cultural, desde donde se articula como mito – a partir de tres ilusiones: naturalidad, atemporalidad y relación exclusiva-, un dispositivo que constituye creencias y anhelos colectivos desde donde configurar su valoración social».

La idea de que la maternidad no es un modo de ser sino una variedad de prácticas que implican trabajo, que es una forma importante de pensamiento político y ético, ya fue planteada Ruddick (1989, p. 5), que afirma que las madres no tienen por qué identificarse con patrones biológicos o legales determinados, puesto que «el concepto de la maternidad como una especie de trabajo de cuidados cuestiona el mito de que las madres son «naturalmente» cariñosas». Ruddick deconstruye el mito del instinto maternal y plantea que la maternidad es un conjunto de prácticas intelectuales, reflexivas, complejas e importantes como el trabajo profesional y creativo históricamente reservado a los hombres. Precisamente, este tipo de relatos han cobrado una mayor visibilidad en los últimos años:

La relevancia que adquiere el relato de las mujeres y de sus experiencias como madres ha adquirido una notable dimensión académica en las últimas décadas, provocada por la necesidad de muchas mujeres de participar de otras experiencias de la maternidad que arrojen luz sobre sus dudas, sus frustraciones. (Ciller, 2021, p. 115)

Por tanto, la mirada femenina de la maternidad, como es el caso de la cineasta Belén Macías, posee cierta sensibilidad ante los tópicos y estereotipos de los que tanto se ha abusado en el cine. Se tiende a extraer a las mujeres de los espacios tradicionales otorgados por el patriarcado, se presentan acciones más cercanas a la diversidad que conforma la institución familiar y, muy especialmente, se rompen con las concepciones conservadoras vinculadas a este concepto y que siguen encadenando a las mujeres. Ya Simone de Beauvoir explicitaba una visión crítica de la familia, que «es vista como la institución opuesta al cambio social (...) el feminismo siempre vio a la institución familiar como fuente de opresión para las mujeres y politizó la vida cotidiana» (Tarducci, 2011, p. 3).

Por su parte, Badinter (2011, p. 174) considera que «no querer a los hijos se ha convertido en un crimen sin expiación posible. La buena madre es tierna o no es madre. Ya no soporta el rigor y la inflexibilidad que en otro tiempo regía el trato dado a los niños». Esta idea presente y vinculada al concepto de maternidad se contrapone a los presupuestos feministas, los cuales no sólo han demostrado que «la maternidad es una institución altamente politizada, atravesada por múltiples tensiones derivadas de la socialización genérica» (Menéndez Menéndez, 2017, p. 121), sino que, además, defienden su carácter libre, voluntario y, sobre todo, opcional.

Si bien es cierto que el cine sigue tratando de representar la complejidad de la maternidad, el estereotipo femenino configurado a partir de la concepción patriarcal de la familia y la sociedad continúa estando presente, puesto que es difícil desprenderse de ello todavía pese a las intenciones de cambio impulsadas por las mujeres, en este caso, desde dentro de la industria cinematográfica⁴. Poco a poco, quedan obsoletas las ideas conservadoras sobre el papel de las mujeres dentro de la sociedad patriarcal y, sobre todo, lo que se espera de ellas en ese cometido que supuestamente daba sentido a sus vidas. En ese sentido, Viñas Álvarez (2003, p. 45) señala que «la obligación de dar muchos hijos sanos al marido [...] consolidaba la posición social del mismo [...] Las mujeres que no podían tener hijos eran repudiadas, lo cual implicaba la pérdida de los derechos que esta tenía». Precisamente, Tarducci, en *Maternidades en el siglo XXI* (2008), reflexiona en torno a las representaciones sociales de la maternidad, incluida la adopción, y cómo esta se ve intervenida por diferentes actores como el Estado, la salud, la justicia o la Iglesia; así como señala que la salida de las mujeres al espacio público les permite trascender la figura de «madre».

Es importante destacar que, en España, en donde la memoria histórica sigue presente y la sociedad ha estado marcada por los valores franquistas inculcados generación tras generación, la maternidad se vio desplazada hacia el terreno social y simbólico, dejando a un lado el referente del hogar, en favor de un proyecto nacional (Oroz, 2016, p. 100) de connotaciones políticas y económicas que seguía el modelo educacional fascista. Es este legado el que poco a poco se va derrumbando y al que tan solo se acude de vez en cuando a través del cine con el único fin de revisar el pasado y establecer una reflexión crítica en torno a las mujeres y la maternidad.

3. Las voces de la maternidad en conflicto

La complejidad que supone la maternidad queda patente en *Marsella*, en donde una madre de origen y una madre de acogida entran en enfrentamiento por la búsqueda del bienestar de una menor. El derecho de esta a ser protegida en un entorno seguro y, en definitiva, crecer en un ambiente de bienestar se pone en tela de juicio a lo largo de la película, siendo, incluso, un mecanismo de defensa y ofensa en una lucha que solo llega a términos de entendimiento en sus minutos finales, cuando la madre de origen realiza un sacrificio en pro de su hija. Estas maternidades en conflicto se visualizan a través de un desplazamiento que parte de Madrid y que termina en Marsella, Francia. Sin embargo, esta movilidad también entraña un viaje interior para las dos madres, un aprendizaje dirigido hacia la tolerancia que toma el camino más doloroso.

⁴ Guarinos (2008, pp. 115-118) realiza una detallada clasificación al respecto, señalando que las mujeres estereotipadas más comunes son la chica buena, el ángel, la virgen, la beata/solterona, la chica mala, la guerrera, la *femme fatal* o *vamp*, la Cenicienta, la *turris* ebúrnea, la bruja, la villana, la superheroína y la *dominatrix*, sumando varios tipos de maternidad: la *mater amabilis*, la *mater dolorosa*, la *madre castradora*, la madastra, la madre del monstruo y la madre sin hijos.

El planteamiento social de ser «buena madre» sigue estando presente en algunos discursos de gran calado social, siendo representados en esa contraposición entre los roles de Sara y Virginia desde el punto de vista del espectador. Por un lado, Sara, la madre de origen, está en proceso de controlar su adicción al alcohol desde su adolescencia, trazándose un paralelismo entre Isa, la protagonista de la anteriormente mencionada obra de Macías, *El patio de mi cárcel*. Según Jiménez y Salvadó (2017), ambos personajes rompen con algunos estereotipos de la maternidad:

[...] el abandono de una juventud (turbulenta) es el reto al que tienen que hacer frente sus protagonistas que se erigen en arquetipo de madre joven en búsqueda de su identidad; una figura ciertamente paradigmática del cine español contemporáneo que refleja los cambios sociales de la España del siglo XXI. (p. 180)

El perfil de Sara muestra a alguien evasivo en cuanto a los problemas u obstáculos, apático y con falta de empatía con respecto a su familia, a cuyo padre y hermano mantiene alejados. Tampoco inspira protección hacia su hija, a la que consiente en todo momento con el fin de evitar marcar normas en su educación. En este caso, si se tiene en consideración la maternidad como un aspecto natural, se muestra una maternidad en conflicto, siendo este modelo, según Giberti (2006, p. 5) «paradigmático del rechazo y temor que surgen al enfrentarse con la mujer que le dice ‘no’ a la permanencia consigo de la criatura que ha parido». Sara es una mujer que expresa dicho conflicto con claridad, puesto que afirma no haber estado preparada para ello. Este sentimiento tiene su base en la relación romántica que mantuvo con Jérôme, un hombre de negocios francés que pasaba temporadas en España junto a ella. No es hasta el final de la película cuando se descubre que su amante no solo tenía una familia en Marsella, sino que pretendía abandonarla para reunirse junto a Sara, aunque un accidente provocó que los planes no pudieran llevarse a cabo. El hecho de que la joven no volviera a tener noticias de Jérôme, y que sintiera ese alejamiento y abandono de su pareja sin ninguna explicación aun estando embarazada, es la causa por la que Sara se siente perdida e incapacitada para asumir responsabilidades como la maternidad. Por ello, se traza una justificación para su comportamiento con respecto a su hija Claire, con la que apenas guarda recuerdos anteriores a la pérdida de la tutela por sus excesos y adicciones. Esto no significa que la protagonista renuncie a su maternidad, sino que se comprende que todo el pasado de Sara ha transfigurado sus emociones y relaciones, destruyendo el vínculo con su hija.

La sombra de una maternidad arrebatada fluctúa durante toda la película, puesto que cualquier error puede provocar que Sara pierda la oportunidad de estar junto a su hija. Esto, a su vez, se convierte en una amenaza, cuando Pablo (Juan Blanco), su propio compañero de trabajo en la panadería trata de intimidarla si no cumple con un trato: entregar una maleta llena de droga una vez pasada la frontera. Por ello, la protagonista permanece en tensión y con una actitud defensiva en todo momento. Así pues, pese a que Sara dio a su hija en acogida, no se trata de una «madre omitida», puesto que *Marsella* ofrece al espectador el segundo encuentro entre las dos, una ocasión única para poner a prueba su relación a través de un viaje exploratorio.

La angustia vivida por Sara se sustenta en dos problemáticas: su control frente al alcohol y la pérdida de su lugar natural en la vida de Claire. El viaje proyecta su lado oscuro, pero también salen a flote los miedos e inseguridades que han forjado la personalidad de Sara y que trascienden en la búsqueda y recuperación del pasado. Su alteración emocional supone un desafío que le conduce a un aprendizaje sobre las responsabilidades que entraña la maternidad, desembocando finalmente al sacrificio por

apartarse de la vida de la niña para permitir que siga creciendo junto a su familia de acogida, la cual ella misma considera que puede aportarle la protección que ella no le puede dar. Con una imagen silenciada en la playa de Marsella, queda tan solo la toalla y la veleta de Sara. En la lejanía, Claire junto a su familia de acogida. La cineasta clausura su obra con la certeza de que Sara ha dejado a su hija en el lugar más idóneo para su educación y seguridad. Macías «apuesta por un territorio más ambiguo, en esta tendencia heredada del cine español contemporáneo más social de adscribirse en una cierta tendencia realista, y a menudo, determinista» (Jiménez y Salvadó, 2017, p. 182). Por tanto, dicho viaje conduce a su verdad interior, aquella que rompe el vínculo maternofilial.

Por su parte, Virginia, la madre de acogida, ha cuidado de la hija de Sara durante cinco años, trazando lazos maternales que se distancian del ámbito biológico para formar parte del deseo de formar una familia. Su posición económica, educación y comportamiento se contraponen a la imagen presentada de Sara en su relación con Claire. En este sentido, resulta interesante la lectura de clases que se puede establecer en la película. La disparidad económica y social entre ambas madres respalda la importancia de este posicionamiento para poder materner. La solidaridad femenina ayuda, en este universo de mujeres, a superar las barreras de clase por el objetivo que ambas comparten: Claire. Si bien Sara es una mujer en riesgo de exclusión social sin herramientas para el cuidado, Virginia ofrece una imagen contraria, en donde la estabilidad parte de las constantes atenciones, la imposición de normas y afecto que logran establecer un fuerte nexo hasta el punto de que la niña califica a sus padres de acogida como «papá» y «mamá» y a su madre de origen por su nombre propio. Esta situación revela el valor afectivo que ha suavizado los traumas infantiles⁵ y reparado su pertenencia a un núcleo familiar.

Macías muestra la diversidad femenina al integrar en el relato a estos dos personajes tan diferentes, lo que permite acentuar las diferencias entre mujeres y así desmontar la simplificación subyacente a los roles y estereotipos de género. En cierto modo, Sara y Virginia son personajes complejos, perfiles muy diferentes en cuanto a trayectoria personal, económica, social y cultural. A pesar de esas diferencias, la película establece un vínculo de unión entre ellas, que, en palabras de la propia Macías, supone, en definitiva, «un viaje emocional, y de experiencia de vida que hacen dos mujeres que comparten algo tan esencial como es el cariño de una niña» («Belén Macías reflexiona», 2013), pues ambas se enfrentan a una cuestión común como es la maternidad.

Pese a que Virginia es una madre de acogida, su conducta poco a poco se ve extralimitada, invadiendo el círculo de confianza que está tratando de trazar Sara con respecto a su hija, que ve el viaje como una nueva oportunidad para demostrar que puede proteger y hacerse cargo de la niña, además de mostrar cambios en su conducta que revelen la superación de su adicción. Es por ello que Virginia aparece a mitad de camino entre Madrid y Marsella, motivada por la llamada telefónica de Claire, asustada y sola en mitad de la noche en la habitación de un motel de carretera, mientras Sara se ocupa de entregar el encargo. Su pretensión es llevarse a la niña, saltando los límites legales que debe cumplir una familia de acogida. Aunque su deber es colaborar en la integración de la menor en su familia de origen, Virginia sirve de punto de presión en la narración al recordar a Sara su incapacidad para cumplir con su papel de madre. Tras descubrir el cargamento de droga que lleva en el coche y

⁵ Para Imbert (2019), el trauma infantil en la ficción tiene connotaciones más profundas, ya que no solo acaba con la inocencia del niño, sino que señala a los modelos sociales al propio sistema de representación social.

que las pone en riesgo, Virginia exclama: «Tú no estás preparada para cuidar a la niña». Ante esta afirmación:

SARA.- No estoy preparada, pero lo estaré porque a esa niña la he parido yo por mucho que a ti te duela.

VIRGINIA.- La has parido tú, pero la he criado yo. Yo le he dado un hogar, una familia, una educación. ¿Dónde coño estabas tú cuando te necesitaba?

La escena de confrontación entre ambas termina con una acusación por parte de Sara que revela el dolor que arrastra a Virginia: «A mí nadie me va a joder la ilusión de estar con mi niña otra vez y menos una amargada como tú, incapaz de tener hijos propios y que se los tiene que quitar a las demás». Sin embargo, y pese a que Sara es consciente de que sus últimas palabras han sido excesivas, la incomunicación entre ambas marca una distancia física, llegando al punto álgido en su relación de intolerancia por la lucha de la maternidad. Que se verbalice la incapacidad de parir hijos de Virginia, sitúa al personaje en la esfera de la infertilidad. La representación de las mujeres infértiles ha sido tradicionalmente las del fracaso y las del peligro, puesto que «en todas las culturas, la maternidad conceptualizada por el pensamiento patriarcal está asociada a un principio de feminidad y un mandato de género: todas las mujeres deben ser madres y serlo es el prerrequisito para convertirse en una mujer normativa» (Menéndez Menéndez y Fernández Morales, 2020, p. 295). Esta exigencia por parte de la sociedad provoca que mujeres infértiles sean vistas como una anomalía (Rich, 2019, p. 78) a las que se debe pedir explicaciones y que reciben hostilidad e incompreensión (Badinter, 2011, p. 22) al percibirse como una incongruencia «natural», fracaso de la feminidad y desvío de la norma (Badinter, 2011, p. 185), sirviendo, asimismo, como una herramienta para denigrar, como se percibe en la acusación de Sara. Pueden recordarse ficciones como *La mano que mece la cuna* (Curtis Hanson, 1992) y *Atracción fatal* (Adrian Lyne, 1987), ambas protagonizadas por mujeres estériles y vengativas que amenazaban la institución familiar estadounidense. Su fracaso en la maternidad las convertía en criminales. Por tanto, Virginia se sitúa en una posición complicada que roza el antagonismo frente a los deseos de Sara, siendo el obstáculo principal en el viaje emprendido. Si en las décadas de 1980 y 1990, la mujer infértil era un «monstruo», a principios del 2000 era alguien al que compadecer, como sucede en el caso de Virginia y en otras muchas películas como *Embarazados* (Juana Macías, 2016), en donde se retrata a una joven premenopáusica, cuya condición provoca momentos cómicos.

El objetivo de Sara para conseguir la custodia de su hija se basa en la reunión con el padre de la niña. Sin la figura patriarcal, Sara no se plantea la crianza en solitario. Cuando hacia el final de la película, Sara descubre que Jérôme ha fallecido, su proyecto familiar se desmorona. Esa misma noche, Sara se presenta ebria en la habitación de hotel de Virginia y su esposo Alberto (Óscar Zafra), donde duerme Claire plácidamente. Ella verbaliza que no es posible ese futuro que había proyectado:

Cuando me la quitaron, sentí un alivio tan grande [...] Por fin alguien va a poder darle a mi princesita lo que se merece [...] La tiré por la ventana. Se cayó. Fue un accidente. Tenía cuatro años. La dejé sola para irme al puto bar a beber. La podía haber matado. La podía haber matado. Pero está aquí. Llévároslo. Es lo mejor para todos.

Este proceder sitúa al personaje de Sara en un ámbito vulnerable, en la incapacidad de acción sin el apoyo de la figura masculina. Esto resulta contradictorio, pues a lo largo de la cinta, Sara es un

personaje femenino con arrojo e ideas claras. Ante la derrota, Virginia se ofrece a ayudarla junto a su marido, pero Sara no comprende el cambio de actitud, a lo que la primera responde: «Porque eres la madre de nuestra hija». Ese deseo de materner puede entenderse como un signo de complicidad patriarcal, pero, a su vez, es necesario comprender que la maternidad se entiende como un tránsito «[...] que debe comprenderse en el entramado de deseo, de necesidad de agregación, de pertenencia, de identidad [...] transformarse en madre no es, pues, la actualización de una esencia, sino un proceso de aprendizaje y socialización» (Imaz, 2010, p. 19).

Esta ambivalencia en la imposibilidad de materner de Sara parece forjarse en la relación paternofilial con Armando (Manuel Morón), e, incluso, filial con su hermano Rafa (Alberto López). Es, por ello, que el padre se erige como el progenitor ideal en la narrativa tradicional de los melodramas. La exploración de este subgénero, hibridado con otros géneros cinematográficos, ha permitido a Macías poner en circulación algunos temas recurrentes, especialmente en los filmes escritos por ella, como son: la complejidad de las relaciones familiares y las historias de superación (Jiménez y Salvadó, 2017, p. 180). También se la cineasta explora la crisis de identidad, en la que se traza «la búsqueda y la afirmación de una identidad propia, desde un sistema epistemológico femenino [...] Una identidad femenina alternativa» (Zecchi, 2014, p. 132). Por su parte, la relación padre e hija tiene trascendencia narrativa al aportar una profundidad psicológica al personaje de Sara pese a la evidente distancia física y filial que existe entre ambos. De hecho, otro modelo de paternidad se muestra en su amante fortuito: el camionero Jesús (Eduard Fernández), un hombre casado en perpetuo desplazamiento con el fin de sustentar a una familia de la que permanece ausente.

Este hecho también es extensible al hermano de Sara, con el que mantiene un encuentro muy revelador junto a su padre. En la cena, Rafa revela que se ha divorciado y que no puede ver a sus hijos por culpa de su exesposa. En este caso, Sara tiene otro ejemplo de padre ausente frente a ella, un hombre que demuestra intolerancia ante la madre de sus hijos con una actitud verbal agresiva. Claire, sentada a su lado, se asusta mientras su tío narra cómo ha disciplinado férreamente a sus hijos, dando a entender que existe algún tipo de maltrato infantil como herramienta educativa. Martín Alegre (2008, p. 149) explica que «el cine de las últimas décadas articula cierta obsesión por las relaciones paternofiliales que canalizan la frustración ante el fracaso del padre como modelo de conducta». Macías problematiza la paternidad en tanto los varones relacionados con Sara son incapaces de cuidar a sus hijos. Por otra parte, las mujeres de *Marsella* tampoco tienen una figura materna de referencia, siendo una idea que perpetúa la imagen de la madre ausente como otra característica común en el melodrama. Tal y como afirma Armando en su primer encuentro con su hija: «tu madre se murió hace un par de años, me llamó el tipo ese con el que se largó. Quise buscarte, pero no di contigo. Nunca me perdonó que te echara de casa». A través de esta declaración, se revela que Sara ha perdido el principal referente, el cual podría haber facilitado una concepción más responsable en su maternidad. Esta parece ser la causa de que Sara se sintiera perdida e incapacitada para la crianza, como ella misma explica a Claire, a quien hace hincapié en que tuvo que crecer sin los cuidados de su madre y con un padre traumatado por un matrimonio fracasado.

4. La movilidad como encuentro y desencuentro

El conflicto en la cinta se desarrolla durante el desplazamiento a la ciudad de Marsella, que evidencia la ausencia paterna en todo momento. Es, por ello, que el viaje se erige como un trayecto exploratorio

para la audiencia, pero también supone otros significados para los personajes. Por un lado, se trata de un camino de encuentro y desencuentro, por otro, es una vía regresiva para acceder a los orígenes de Sara como oportunidad para recuperar a su hija; y, por último, un viaje introspectivo en el que Sara termina conociéndose a sí misma dentro de esa maternidad. Se observa un lapso de tiempo en las vidas de las protagonistas que resulta determinante para ellas e, incluso, para sus ideas preconcebidas, que les llevan a luchar por ser madres.

El hecho de que *Marsella* se estructure en cuanto al género cinematográfico de la *road movie* permite plantear la historia como un viaje iniciático, una transformación en la identidad de las protagonistas: Sara y Claire emprenden un viaje de transformación cuyo objetivo es «convertirse» en madre e hija. Iniciado su camino, ambas entran en un primer conflicto cuando la madre de origen se siente desplazada en la vida de su hija. La forma de hablar de esta deja claro que la menor otorga el peso de la maternidad a la madre de acogida. La niña no comprende por qué la abandonó y ahora, cuando ya estaba asentada junto a su familia de acogida, vuelve a por ella. Por eso, Claire no tarda en preguntar la razón de su desamparo y, aunque Sara es reticente a dar explicaciones bajo el pretexto de que su hija aún es pequeña para entenderlo, termina revelando que no estaba preparada para la maternidad. Su juventud, inestabilidad y, sobre todo, su condición de madre soltera ante el alejamiento del padre provocó que Sara se refugiara en las adicciones, dejando a un lado su responsabilidad como madre.

En su premisa narrativa, la obra recuerda a la emblemática *Vámonos, Bárbara* (Cecilia Bartolomé, 1978), en la que una madre marcha de vacaciones con su hija, de doce años, dejando atrás el pasado. Este camino representa «una apropiación progresiva de la conciencia de sí por parte de la protagonista más que un desplazamiento en el espacio geográfico o socio-cultural» (Camporesi, 2001, p. 55). En el caso de *Marsella*, el viaje sirve como metáfora del tránsito vital de Sara al propiciarse una búsqueda de su pasado junto a su amante, pero también una regresión a los orígenes en su encuentro con su padre y hermano. Su trayectoria le lleva a tomar conciencia de su situación y a entender que quien necesita la veleta es, en realidad, ella misma. Este objeto toma importancia por ser el regalo de su padre Armando durante su última visita, adquiriendo una razón simbólica que descubre tan solo en los minutos finales de la película.

Sara huye de un hogar incómodo, asfixiante. La primera noche que pasa junto a Claire es insoportable: el calor y las luces de neón intermitentes que se cuelan por la ventana no les permiten conciliar el sueño. Sara huye de su pasado y quiere una segunda oportunidad con su hija. Busca empezar desde cero, dejando ese hogar, pues ese apartamento le recuerda a cuando Claire cayó por la ventana con cuatro años y, como consecuencia, le fue retirada la custodia. Es por ello que, a lo largo de la cinta, la única prohibición que Sara hace a su hija es el acercarse a las ventanas. No obstante, cuando Claire revela al final que este acto fue premeditado, Sara se sentirá aliviada de la culpabilidad y el trauma que arrastra por ese hecho, que además le hacía sentirse incapacitada para ser madre por poner en riesgo su vida. La inseguridad de Sara se refleja también en otra escena, cuando la niña es hospitalizada tras un pequeño accidente, y es incapaz de resolver las preguntas rutinarias sobre si la niña tiene alergias o toma medicación. Al no saber responder, Sara percibe que ya no conoce a su hija, provocando que el celador ponga en duda si es verdaderamente la madre, y dándose cuenta de que la maternidad es un proceso en construcción y en continuo aprendizaje.

5. Conclusión

El cine contemporáneo ha intentado recoger la disonancia existente entre las experiencias de la maternidad y los postulados de Simone de Beauvoir (2005), que sugería que el patriarcado había naturalizado la maternidad, construyéndola como un pilar de la subjetividad femenina; y de Badinter y Rich en cuanto a la maternidad como un constructo cultural y un mandato de género asociado a los principios de feminidad. Tras el análisis y los resultados obtenidos, este aspecto se evidencia en la obra de Macías, la cual propone una mirada sobre la representación de la maternidad problematizada y ambivalente. El objetivo de Sara por convertirse de nuevo en madre de Claire se trunca sobre todo ante la ausencia de un hombre que le acompañe en el proceso de maternar, propiciando un sentimiento de incapacitación que viene lastrado ante la ausencia de un referente materno.

De esta forma, la paternidad en *Marsella* supone la representación de un vacío en la vida de Sara, puesto que son hombres que se han distanciado de sus familias, ya sea por desplazamientos (Jesús, un camionero siempre en ruta), abandonos (Armando, el padre de Sara que perdió el contacto con su hija por las adicciones de esta y que se vio afectado por la huida de su mujer), divorcios (Rafa, dominado por el odio a su exesposa y por el distanciamiento con sus hijos) y fallecimientos (Jérôme, cuya vida interrumpida a causa de un accidente le imposibilitó a paternar junto a Sara). Todos han conformado su realidad y han determinado su comportamiento, tendente a la evasión en cuanto surgen obstáculos. Tan solo Claire consigue que salga de esa zona de inestabilidad para tomar las riendas de su vida y buscar el camino para la reconciliación, dejando atrás un pasado de excesos.

Finalmente, Sara logra una libertad ambivalente, por la que se entiende que la mujer ve imposible su maternidad, pero no la concibe como una frustración de la misma. El personaje comprende la responsabilidad que entraña el cuidado de la niña, cumpliendo con el objetivo de todo viaje exploratorio, como es el aprendizaje de ella misma frente al mundo que le rodea. Con el transcurso de la narración, Sara se enfrenta al dilema de trabajar en su rol de madre y seguir esforzándose por encontrar un espacio de complicidad con su hija o permitir que esta crezca en un ambiente de seguridad en el seno de una familia de acogida. Ante la decisión final, este acto no subvierte la lógica del discurso patriarcal, puesto que, ante una maternidad de soledad, la protagonista sigue necesitando la figura paterna. Pese a tener agencia como personaje, su objetivo narrativo se pierde una vez que descubre el fallecimiento de Jérôme. Es esta soledad la que conduce a Sara a abandonar nuevamente a Claire, siendo consciente de que la menor queda alojada en una familia con garantías. Si bien es un viaje iniciático hacia la madurez para el personaje de Sara y la historia es ginocéntrica, finalmente no se desmonta la imagen tradicional de familia y su discurso no altera la estructura narrativa clásica por la que la maternidad es concebida como una institución y no como experiencia, restableciéndose con ello el orden y el *status quo*.

Marsella visibiliza las complejidades de la maternidad a través de una historia que funciona como rito de paso y de acceso a la madurez. Sobre este contexto, la directora Belén Macías no olvida retratar las vicisitudes de la clase social, presentando dos modelos de maternidades contrapuestas. La convivencia forzosa de ambas madres evidencia la sororidad de las diferentes relaciones, ya que, además, cuentan con un objetivo común, como es el cariño y la protección que desean dar a una menor. Desde una perspectiva feminista, el final resulta interesante en tanto Sara, una vez reconciliada con los traumas de su pasado, renuncia a la maternidad y decide, veleta en mano, buscarse a sí misma. Pese a que la película profundiza en una representación de la maternidad más actual y autorreflexiva, esto es,

alejada de la madre sufridora y abnegada, lo cierto es que el cine actual no solo continúa cayendo en estereotipos, sino que sigue obviando otras experiencias alternativas de mujeres. En este caso, cabe preguntarse si hubiera sido posible plantear un final en el que Sara decidiera quedarse con su hija a pesar de su soltería y modesta condición económica. Los imaginarios representados en el cine actual no se corresponden con la evolución social contemporánea, por eso es importante que se fomente la mirada de mujeres cineastas. Lo mismo sucede con la maternidad, ya que su exposición como tema narrativo en las películas resulta clave en las representaciones sociales en tanto permiten poner sobre la mesa problemas socio-históricos que afectan a la vida de las mujeres.

Referencias

- Badinter, E. (2011). *La mujer y la madre*. La esfera de los libros.
- Belén Macías reflexiona sobre la falta de oportunidades en «Marsella». (2013, 12 de agosto). *El Diario*.
https://www.eldiario.es/1_5817bo
- Camporesi, V. (2001). «El país patas arriba; hasta tú te estás contagiando Vámonos, Bárbara y la Transición democrática». En Josetxo Cerdán y Marina Díaz López (eds.), *Cecilia Bartolomé: El encanto de la lógica* (53-62). L' Alternativa / Ocho y Medio.
- Ciller, C. (2021). Algo personal: una experiencia de maternidad. En Pilar Carrera y Carmen Ciller (eds.), *Maternidades. Políticas de la representación* (113-127). Cátedra.
- De Beauvoir, S. (2005). *El segundo sexo*. Cátedra.
- Ley 26/2015, de 28 de julio, de modificación del sistema de protección a la infancia y a la adolescencia. BOE, no. 180, 2015: 64544-64613. Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado,
<https://www.boe.es/boe/dias/2015/07/29/pdfs/BOE-A-2015-8470.pdf>
- Fernández, A. M. (1994). *La mujer de la ilusión. Pactos y contratos entre hombres y mujeres*. Paidós.
- Giberti, E. (2006). El Nombre de la Madre de Origen. *Revista Actualidad Psicológica*, 340.
<https://evagiberti.com/el-nombre-de-la-madre-de-origen/>
- Guarinos, V. (2008). Mujer y cine. En T. Núñez Domínguez y F. Loscertales Abril (Eds.), *Los medios de comunicación con mirada de género* (pp. 103-120). Instituto Andaluz de la Mujer, Consejería para la Igualdad y Bienestar Social (Junta de Andalucía).
- Imaz, E. (2010). *Convertirse en madre. Etnografía del tiempo de gestación*. Cátedra.
- Imbert, G. (2019). *Crisis de valores en el cine posmoderno. (Más allá de los límites)*. Cátedra.
- Jiménez, M. y Salvadó, A. (2017). Belén Macías: madres en búsqueda de una identidad. En Francisco A. Zurián (ed.), *Miradas de mujer: cineastas españolas para el siglo XXI (Del 2000 al 2015)* (pp. 179-192). Fundamentos.
- Martín Alegre, S. (2008). De padre a hijo. la transmisión del discurso patriarcal en el cine de Hollywood (1997-2007). En Isabel Clúa (ed.), *Género y cultura popular* (pp. 149-174). Edicions UAB.
- Menéndez Menéndez, I. y Fernández Morales, M. (2020). ¿Madre no hay más que una? Maternidades reales, mágicas y simbólicas en *Juego de tronos*. En Mariona Visa, María Carmen Figuerola y Erica Briones (eds.), *La maternidad en la ficción contemporánea* (pp. 293-307). Peter Lang.
- Menéndez Menéndez, I. (2017). A girl has no name: género, poder y violencia en *Game of Thrones*. En Isabel Menéndez Menéndez y Paula Illera Miguel (eds.), *Guerras simbólicas. El papel del audiovisual en la lucha contra la violencia de género* (pp. 117-126). Ediciones UIB.

- Oroz, E. (2016). 'Nuestra Misión' (1940): Maternidad simbólica y regeneración nacional en la propaganda cinematográfica de la Sección Femenina. *Letras Femeninas*, 42(1), 86-100.
<https://doi.org/10.14321/letrfeme.42.1.0086>
- Rich, A. (2019). *Nacemos de mujer. La maternidad como experiencia e institución*. Traficantes de sueños.
- Ruddick, S. (1989). *Maternal Thinking: Toward a Politics of Peace*. Beacon Press.
- Tarducci, M. (2008). *Maternidades en el siglo XXI*. Espacio.
- Tarducci, M. (2011). Algunas reflexiones sobre la antropología del parentesco a propósito de Simone de Beauvoir. En Alejandra Ciriza (ed.), *En memoria de Simone de Beauvoir. Herencias, debates, lecturas inesperadas* (pp. 1-10). Leviatán.
- Viñas Álvarez, D. (2003). Nuevos modelos de maternidad. En Conselleria de Sanitat (ed.), *Qualitat per a la dona davant el nou mil·lenni. VI Trobada de Comares de la Comunitat Valenciana* (pp. 41-53). Generalitat valenciana.
- Zecchi, B. (2014). *Desenfocadas. Cineastas españolas y discursos de género*. Icaria.

Semblanza de las autoras

Sonia Dueñas Mohedas es becaria predoctoral PIPF en el Departamento de Comunicación de la Universidad Carlos III de Madrid y miembro del grupo de investigación TECMERIN (Televisión-Cine: Memoria, Representación e Industria) y del proyecto de investigación «Cartografías del Cine de Movilidad en el Atlántico Hispánico» (CSO2017-85290-P). Su actual tesis está enfocada en *Planet Hallyuwood*, la industria cinematográfica de Corea del Sur. Ha sido *Korea Foundation Field Research Fellowship* para una estancia en *Korea National University of Arts* en 2021. Asimismo, es miembro fundador y secretaria de la Asociación de Difusión de Estudios y Cultura Coreana en España (ADECCE).

Natalia Martínez Pérez es profesora ayudante doctora en el Departamento de Historia, Geografía y Comunicación de la Universidad de Burgos y miembro del grupo de investigación Televisión-Cine: memoria, representación e industria (TECMERIN) y del proyecto de investigación «Cartografías del Cine de Movilidad en el Atlántico Hispánico» (CSO2017-85290-P). Especializada en estudios feministas y representación audiovisual, sus últimas publicaciones se encuentran en el volumen *La maternidad en la ficción contemporánea* (Peter Lang, 2020) y en las revistas *Miguel Hernández Communication Journal* (2021) y *Disertaciones* (2022).

Netflix's Maid and representations of masculinities through social class: a textual analysis

Maid de Netflix y las representaciones de las masculinidades a través de la clase social: un análisis textual

Melissa Boehm

Montana State University Billings | 1500 University Drive, Billings, MT 59105, United States

 0000-0003-1208-4136 · melissa.boehm1@msubillings.edu

Fechas: Recepción: 25/05/2022 · Aceptación: 29/08/2022 · Publicación: 15/01/2023

Abstract

Netflix's Maid chronicles the struggles of a heterosexual White single mother living in the Pacific Northwest of the United States. Using the concept of hegemonic masculinities and qualitative textual analysis, this study examined the 10 episodes of the limited series Maid to document the social construction of working-class and middle-class masculinities. Sean's dysfunctional working-class life of six packs of beer and a single-wide trailer are juxtaposed against Nate's offer of tidy suburban middle-class comfort and safety. I argue the program reifies stereotypical portrayals of working-class and middle-class men based on their homes, jobs, family background, leisure activities, and use of alcohol and drugs. Sean does not respect Alex's bodily autonomy, her need for financial independence, or her need for freedom from emotional abuse. Similarly, Nate is unable to see past his entitlement toward Alex based on the material benefits he offers her like a reliable loaner vehicle, a clean two-story home, and pony rides for her daughter. I contend that Alex, the main protagonist, contests hegemonic masculinities to create her own space in the world without limitations dictated by the men in her life. Documenting how Maid tells the story of a woman and her romantic partners oppressed by hegemonic masculinities can provide insight into commonsense notions of romantic partnerships in the United States today.

Keywords: *Maid, masculinities, social class, textual analysis, hegemony.*

Resumen

Maid, de Netflix, narra las luchas de una madre soltera blanca heterosexual que vive en el noroeste del Pacífico de Estados Unidos. Utilizando el concepto de masculinidades hegemónicas y el análisis textual cualitativo, este estudio examinó los 10 episodios de la serie para documentar la construcción social de las masculinidades de clase obrera y clase media. La vida disfuncional de clase trabajadora de Sean, con seis paquetes de cerveza y una caravana, se yuxtapone a la oferta de ordenada comodidad y seguridad de clase media suburbana de Nate. En mi opinión, el programa reafirma los estereotipos de los hombres de clase trabajadora y de clase media basados en sus hogares, trabajos, antecedentes familiares, actividades de ocio, y consumo de alcohol y drogas. Sean no respeta la autonomía corporal de Alex, su necesidad de independencia económica ni su necesidad de liberarse de los abusos emocionales. Del mismo modo, Nate es incapaz de ver más allá de su derecho hacia Alex basado en los beneficios

materiales que le ofrece, como un vehículo prestado fiable, una casa limpia de dos plantas y paseos en poni para su hija. Sostengo que Alex, la protagonista principal, desafía las masculinidades hegemónicas para crear su propio espacio en el mundo sin las limitaciones dictadas por los hombres de su vida. Documentar cómo Maid cuenta la historia de una mujer y sus parejas sentimentales oprimidas por las masculinidades hegemónicas puede aportar información sobre las nociones de sentido común de las parejas sentimentales en los Estados Unidos de hoy.

Palabras clave: Maid, masculinidades, clase social, análisis textual, hegemonía.

1. Introduction

Maid premiered in October 2021 on streaming service Netflix. Each of the 10 episodes in the series ranged in duration from 48 minutes to 60 minutes and was inspired by Stephanie Land's 2019 memoir *Maid: Hard Work, Low Pay, and a Mother's Will to Survive*. The program stars Margaret Qualley as Alex, Nick Robinson as Sean, and Andie MacDowell as Paula and was created by Molly Smith Metzler. The program was nominated for three Golden Globe awards and has been one of Netflix's most popular programs with «469 million hours viewed in its first 28 days» (Otterson, 2022, p. 6). The program chronicles the struggles of a heterosexual White cisgender single mother living in the Pacific Northwest of the United States.

Television dramas featuring working-class and middle-class characters tend to reinforce negative stereotypes of these groups. However, programs can also challenge preconceived notions of acceptable behavior and serve as a model for social change. The program *Maid* contributes to the reification of social class stereotypes but is progressive in the main character's contestation of hegemonic masculinities.

Specifically, Alex seeks to reject the narrow gender role ascribed to her as a mother in an abusive heterosexual relationship with Sean. Though she stumbles at times, by the end of the series, she moves beyond financial dependence on a male partner. She insists upon remaining unattached throughout the series because she can rely only upon herself for emancipation from hegemonic masculine social structures in the working-class world with Sean and the middle-class world with Nate. I argue there are two main sites in *Maid* where Alex contests hegemonic masculine social structures and they are her relationship with Sean and her relationship with Nate.

To study the social construction of hegemonic masculinities in *Maid*, I performed a qualitative textual analysis. McKee (2003) states that textual analysis is a method in which a researcher studies media texts for representations of ideologies. Media texts are an important area of study because they «have to draw on existing ways of making sense of the world: these are then interpreted by people, and feed back into the texts that they themselves produce» (p. 46). I viewed all of the 10 episodes in the series a minimum of two times in January 2022. During the first viewing, I watched the series in its entirety without taking notes. During the second viewing, I documented the social construction of the main male characters Sean and Nate. My notes included visual elements related to stereotypes of social class like homes, jobs, family background, leisure activities, and use of alcohol and drugs. I also transcribed the dialogue in relevant scenes to precisely document the language used.

Textual analysis is not meant to provide generalizable findings about how viewers or even other researchers might interpret a text. It is an explorative method used by qualitative scholars to document «how these texts tell their stories, how they represent the world» (McKee, 2003, p. 17). Documenting how *Maid* tells the story of a woman and her romantic partners oppressed by hegemonic masculinities can provide insight into commonsense notions of romantic partnerships in the United States today.

2. Theoretical review

Relying heavily on theoretical works by Connell and Messerschmidt (2005) and Messerschmidt (2018), this qualitative textual analysis of *Maid* documents the social construction of hegemonic masculinities paying close attention to social class. In both of these texts, the authors build on the original work of Connell from the 1980s when the term «hegemonic masculinity» was first coined. Much debated, the topic of masculinities and hegemonic masculinities continues to be investigated by scholars. This section provides an overview of the relevant literature on hegemonic masculinities.

Messerschmidt (2018) defines hegemonic masculinity as «those masculinities that legitimate an unequal relationship between men and women, masculinity and femininity, and among masculinities» (p. 120). These masculinities can diverge from dominant masculinities that are a collection of common behaviors by «ideal» men in a specific society. Connell and Messerschmidt (2005) explain that hegemonic masculinity «was certainly normative. It embodied the currently most honored way of being a man, it required all other men to position themselves in relation to it, and it ideologically legitimated the global subordination of women to men» (p. 832). They explained that even though most men did not perform hegemonic masculinity, by not challenging it, most men were complicit in the ways it affected everyone. This assertion underlines the self-perpetuating nature of hegemonic masculinity in that unless people overtly challenge hegemonic masculinity, it is unlikely to change.

Messerschmidt (2018) further argued that hegemonic masculinities operate «through the cultural influence and discursive persuasion, encouraging consent and compliance—rather than direct control and commands—to unequal gender relations» (Messerschmidt, 2018, p. 120). While dominant masculinities provide models for men to emulate, the models are only hegemonic if they reinforce unequal gender relations: «Through the construction of hegemonic masculinities and thus unequal gender relations, situational notions of ‘man’ and ‘woman’ embody culturally defined ‘superior’ and ‘inferior’ gendered qualities, respectively, that in turn establish consequential masculinities and femininities» for individuals (Messerschmidt, 2018, p. 121). When women are expected to perform the work that is less valued (often inside the home and unpaid) than the work performed by men (often outside the home and paid), a power imbalance is preserved.

Directly relevant to this study is the hegemonically masculine notion that women should perform childcare and household duties while men should work outside the home as breadwinners. Taken further, one form of hegemonic masculinity dictates that men maintain control of the finances and make all financial decisions. This subordinates women who then must ask men for money to buy food and other necessities for the family. In this instance, men don't ask for money or how the money should be spent; they simply spend it. Men have financial agency while women do not.

Many programs and other cultural artifacts reinforce unequal gender relations but provide small inklings of resistance. «Hegemony is a historical possibility, a state of gender relations being struggled for, and struggled against, by different social forces.... The most useful way to conceptualize hegemonic masculinity is to treat it as a collective project for realizing gender hierarchy» (Connell, 2016, p. 306). Throughout *Maid*, Alex is forced to face her place as subordinate to men. She even sees upper class Regina emotionally suffer when Regina's husband leaves her because she cannot give birth to their own child and instead must adopt a child (S1E4 Cashmere). The main difference between Alex and Regina is that Regina is financially independent and does not rely on her husband for income. Without money in a capitalist society, Alex is vulnerable to the patriarchal forces seeking to control her. Alex's mother even encourages Alex to accept sexual subordination in exchange for living in one man's house. Messerschmidt (2018) explained that «The hegemonic masculine social structure consists of different types of power relations... and therefore is continually and pervasively renewed, recreated, defended, and modified through social action» (p. 133). The series follows Alex's struggle against hegemonic masculinities and the literal cost to her and her daughter that the rejection imposes (lack of adequate housing, food, money, phone, etc.). The government programs, created by mostly White male policymakers, also reinforce hegemonic masculinities that assume men are best as breadwinners and women as financially dependent upon them.

Messerschmidt (2018) cautions readers to avoid conflating hegemonic masculinities with any «fixed character traits» because hegemonic masculinities often shift (p. 121): «There exist not one or a few hegemonic masculinities but, rather, hegemonic masculinities that are multifarious and found in a whole variety of settings» (Messerschmidt, 2018, p. 122). In *Maid*, there are particular hegemonic masculinities that are visible and form the basis for conflict in the program.

Messerschmidt (2018) explained that there are three levels at which hegemonic masculinities should be analyzed: local, regional, and global. The local level encompasses «families, organizations, and immediate communities» while the regional level is «at the level of the 'culture' or the nation-state, as typically found in discursive, political, and demographic research» and the global level covers «transnational arenas as world politics... transnational business and media» (Messerschmidt, 2018, p. 52).

These «regional» and likely «global» representations of hegemonic masculinities by Sean and Nate and the counterhegemonic practices by Alex are important because they were seen by Netflix viewers in the United States and abroad. «Regional hegemonic masculinities... provide cultural frameworks that may be materialized in daily practices and interactions» (Messerschmidt, 2018, p. 53). Too often, at the regional level via television and film, women are portrayed in ways that reinforce traditional gender roles and unequal gender relations. For succinct examples, see Dow's (1990) study of *The Mary Tyler Moore Show* and her later study of *Murphy Brown* (Dow, 1990). For a more recent example, see Painter and Ferrucci's (2019) study of *Good Girls Revolt*. Some of these roles show women sacrificing their own happiness, satisfaction, and independence to maintain a relationship with a heterosexual partner. Though there are aspects of that in *Maid*, I argue that the main character's struggles in the program illuminates hegemonic social structures and then actively resists them. Alex leaves her abusive working-class partner Sean to fight his alcoholism and childhood trauma alone. She also declines the many offers of a relationship with Nate because of the unequal power between them.

3. Discussion

There are two main sites where hegemonic masculinities are socially constructed in *Maid* and they are embodied by the characters of Sean and Nate. Each site is socially constructed based on social class of the character. In her relationships with Sean and Nate, Alex contests aspects of hegemonic masculinities. Each site will be discussed.

3.1. Sean: Dysfunctional Working-Class Man

The first and main site in which Alex confronts hegemonic masculinity is in her relationship with Sean, a working-class White man, and the father of their two-year old daughter. Sean does not respect Alex's bodily autonomy, her need for financial independence, or her need for freedom from emotional abuse. In each of these ways, Sean aligns himself with aspects of hegemonic masculinity while simultaneously fulfilling negative stereotypes of working-class men.

Previous research has shown that men have historically been the breadwinners and «the idea of the provider is a major element in the construction of masculine identity; it is a moral as well as an economic category» (Morgan, 2004, p. 169). The ability to financially provide for his partner, Alex, and his daughter, Maddy, is one of the main themes of the series. Sean fails at financially providing for them while the other romantic interest, Nate, excels at it.

Working class masculinities are «collective, physical and embodied, and oppositional» (Morgan, 2004, p. 170). In media representations, working class and people without money are often mocked (Beynon, 2004; Butsch, 1992; Butsch, 2011; Katz, 2011; Newitz, 1997). From Ralph Kramden to Homer Simpson, male working-class characters often fill the role of the buffoon while middle-class families provide an aspirational model for sitcom viewers (Butsch, 1992). Though *Maid* is not a sitcom, Sean embodies many of the negative stereotypes often reserved for working-class men on television. Butsch (1992) explained that «When success is confined predominantly to middle-class series, and failure to the working class, the failing working-class men are thereby labeled as deviants who are responsible for their own failure» (p. 389). Sean is an alcoholic high school dropout who struggles financially and lives in a trailer in the woods. He works as a bartender and spends money on six-packs of Budweiser beer instead of food. When we see Sean's trailer, we, as an audience, are invited to see failure. Sheehan (2010) similarly argued that Ralph Kramden's «barren kitchen/dining/living area that served as the show's primary set constantly reminded Ralph, the show's other characters, and the viewer of Ralph's inadequacies as a provider and consumer» (p. 573). Sean's trailer home foreshadows his morality. We are taught to expect bad behavior from people who live in trailers, and throughout the series Sean is abusive and dysfunctional. His depiction continually reinforces negative stereotypes of working-class men.

When Alex becomes pregnant, she and Sean argue about whether to keep the baby. Alex later explains that Sean wanted Alex to have an abortion and when she refused, Sean, unable to contain his frustration, called her a «fucking whore» and screamed «What the fuck are you thinking? Fucking bitch! Think for a fucking second, Alex!» (S1E2 Ponies, 49:08). In his abusive attack, Sean expressed that he does not want responsibility for raising a child and felt it should be his decision, not Alex's. When women make decisions about their own bodies, hegemonic masculine structures are weakened, and this often leads to conflict.

The opening sequence in the series begins with Alex fleeing Sean's emotional abuse late one night. We learn that he had arrived home to their trailer drunk and during his rage, he punched a wall near her head and then threw a dish that shattered against the wall beside her and her two-year-old daughter's head. When Alex tells him she is leaving, he responds:

Where are you gonna go? I pay all the bills. Let you hang out with my friends. I let you move into my trailer, you drink my beer, eat my food. I let you mooch off me. I do everything for you. If you walk out of here, you'll have no one. (S1E1 Dollar Store, 35:05)

In this exchange, Sean articulates the dependency Alex has on him for her basic needs of housing, food, and social support from his friends. Alex's «mooching» off him by staying home and taking care of their daughter was demanded by Sean. We later learn that Sean has isolated Alex after giving birth to Maddy. Alex has no access to her own money, and she does not have any friends that are separate from Sean's friends.

Domestic abuse is one of the main themes in *Maid* and can have a cyclical component. In the United States, over «15 million children live in homes in which domestic violence has happened at least once. These children are at greater risk for repeating the cycle as adults by entering into abusive relationships or becoming abusers themselves» (U.S. Department of Justice, 2011). In *Maid*, both Alex and Sean witness domestic violence as children. We learn that Alex's mother was abused by Alex's father when Alex was a child, and this was part of the reason Alex's mother left Alex's father. Alex's realization of the abuse retraumatizes her in Episode 5 «Thief» and steels her resolve to reject her father's help as an adult, except for a few dire occasions. The most important occasion is when Alex is desperate to maintain custody of Maddy and go to Montana to attend college. She asks her father to testify that he witnessed Sean's abuse while visiting their trailer (S1E10 Snaps). Alex's father declines to help: «If I saw anything, it was a young couple going through a rough patch. Sean is struggling with his sobriety... and needs empathy» (S1E10 Snaps, 25:49). Alex's father's allegiance to Sean as a man over his own daughter cogently demonstrates the deeply entrenched dysfunctional notions of manhood.

Negative stereotypes of poverty in recent films like *Hillbilly Elegy* or the television series *Shameless* encourage viewers to blame people in poverty for their plight. Neoliberal ideology implies that if people in poverty were simply more resourceful and less lazy, they could escape. This hints at a «culture of poverty» in which people in poverty learn dysfunctional habits that keep them from climbing out of poverty. The path out of poverty is much more complex than a willingness to leave. Yet, even though it was long ago debunked by sociologists, the culture of poverty explanation still finds traction today. It is ideologically useful because it shifts the conversation away from policy decisions that deny marginalized groups opportunities to advance and a lack of adequate social safety nets to individualized victim-blaming.

Violence against women by working-class men in this media text also reinforces negative representations of working-class men. Though Sean is clearly abusive, the series offers bits and pieces of Sean's childhood to possibly justify or at least contextualize his rage issues and abuse of Alex. Sean shares troubling childhood memories that he uncovered during his attendance at Alcoholics Anonymous meetings including his mother's Oxycodone addiction, physical abuse by his stepfather, and food insecurity (S1E6 M, 12:54).

Morgan (2004) reminds readers that stereotypes of working-class groups often invoked «the 'failed' masculinity of the downwardly mobile individual whose failure in class terms may be read as an indication of a weakness of character, which might also be gendered (lack of ambition, alcoholism, etc.)» (p. 171). Sean's alcoholism is couched in a more compassionate context than many media representations of men in poverty and/or working-class men. Viewers are invited to consider Sean's upbringing in a single-parent household, the history of physical abuse, and his mother's addiction to and overdose of Oxycodone as possible reasons for his chemical dependency. «The absent father and the lack of a stable adult male role model» might influence Sean's inability to cope with the world around him (Morgan, 2004, p. 174). Though Sean's narrative is complex in *Maid*, it still reinforces many negative stereotypes about working-class men, namely that they are deviant and should be blamed for their own problems. This victim-blaming obscures the social inequality inherent in a capitalist system. Specifically, it conceals the lack of adequate mental health services available to people like Sean who need them.

When Sean gets drunk and misses work, Alex searches for and finds him at a nearby beach they used to frequent in happier times. When she asks him if he is okay, he assures her «I'm fine. I'll be a mess when the coke wears off though» (S1E3 Sea Glass, 36:38). Illegal drug use and a lack of self-control are major themes in Sean's narrative and serve to reinforce the failure of his working-class upbringing. Almost anticipating Alex's thoughts about his current state, Sean begs her to believe «I'm sea glass. I'm not trash. Just give me time. I'm not» (S1E3 Sea Glass, 38:23). When Sean used the term «not trash» to refer to himself, he tried to distance himself from the derisive term of «white trash» often used to describe people in poverty.

Alex is not only responsible for their daughter Maddy, but both Sean asserts and Alex's father asserts that Alex is also responsible for Sean's well-being in later episodes. This too reveals hegemonic masculinities of women being responsible for and providing emotional support to men. Sean pleads «Look, I can't do this without you, okay?» (S1E7 String Cheese, 6:42). Sean's insistence and Alex's father's insistence that Alex help him overcome his alcoholism is problematic considering that Sean places all the responsibility on Alex and accepts very little responsibility for himself. When he continues to struggle with his drug addiction issues, Sean blames Alex. It is Alex's father, who instead of trying to protect Alex and Maddy, criticizes Alex for «walking away at the exact wrong moment» (S1E10 Snaps, 26:49). This again illustrates Alex's father's prioritization of Sean over his own daughter and granddaughter.

During the series, Alex ends up temporarily living in Sean's trailer again because she has nowhere else to go. Though she tries to maintain her financial independence and find work cleaning houses, she can only schedule house cleans on the weekends because that is the only time Sean is willing to watch Maddy. This ends her business because, as Alex explains, «no one wants their house cleaned on a weekend» (S1E8 Bear Hunt, 40:05). The prioritizing of Sean's job outside the home over Alex's reinforces hegemonic masculinity. He prefers that Alex stay home with their daughter rather than work outside the home and this prevents Alex from making her own money therefore forcing her to rely on Sean for financial support.

At the beginning of the series when Alex leaves Sean the first time, he files for full custody of their daughter Maddy, but Sean decides to end the fight due to Alex rescuing him from a drunken binge and his realization that full-time parenting is difficult work. Sean explained «I don't want full custody.

I mean, I do want it, but I can't do Maddy 24/7 and stay sober. I can't have my fucking mom living with me, triggering the shit out of me» (S1E3 Sea Glass, 45:05). This reinforces the notion that it is the father who chooses whether the mother should be permitted to care for their child and echoes presumptions of patrilineal property transfer. Sean's ability to effectively grant partial custody to Alex underlines the hegemonic social structures in which they live.

Sean further isolates Alex from the outside world when he returns the borrowed vehicle to her friend Nate without her permission which leaves her stranded at the trailer with no transportation. The only remaining vehicle at the trailer is Sean's. With no money or transportation of her own, she is completely reliant on Sean and must ask him for food money and additional funds to keep her phone. He refuses to give her money for her phone and Alex loses this final connection she has to the outside world. In the isolation, she falls into a deep depression. This is yet another example of forcing women to stay in the home thus restricting traditional women's roles in a patriarchal society and robbing them of their independence and life choices.

Throughout the series, we see Alex first accept and later reject hegemonic masculinities that limit her bodily autonomy, financial independence, and her freedom from abuse in her relationship with Sean. She leaves Sean a second time with nothing but the clothes she is wearing and Maddy in her arms. Alex seeks safety at the Domestic Violence shelter where she is again welcomed. Her emancipation from Sean sets in motion her counterhegemonic path to financial independence for her and her daughter.

3.2. Nate: «Safe» Middle-Class Man with Conditions

The second site where hegemonic masculinities are socially constructed is in Alex's relationship with Nate. In the series, Nate's character provides a stark contrast to Sean. Butsch (1992) stated «Middle class men competently fulfill their many roles. They are typically intelligent, rational, mature, and responsible—what the culture expects a man to be» (p. 390). Butsch (1992) continues «the father, especially, was calm and affable, in stark contrast to the hysteria that typified the slapstick comedy of the working-class series» (p. 394). In *Maid*, the chaos could be represented by Sean's rage and his lack of financial stability. Nate never raises his voice and is financially stable.

Though *Maid* was inspired by Stephanie Land's 2019 memoir, the characters in the fictionalized program have important differences. The character that Nate appears to be based upon and figures prominently in the series warrants only a few paragraphs in Land's 268-page book as «Todd.»

Readers are introduced to him in this way:

A man I'd been on a few dates with, Todd, was coming over to pick us up.... Todd insisted I borrow a car he didn't drive anymore.... I really didn't know what I thought of Todd, or if I liked him in a serious way or not. (Land, 2019, p. 193)

She then shares her ambivalence toward him which confuses her:

He checked the fluids, turning signals, brakes, and headlights with a knowledgeable efficiency that I found attractive. Todd did have a lot of qualities I admired—he worked construction while

building his own cabin on a wooded property near Port Townsend—I wasn't sure why my heart wasn't there. (Land, 2019, p. 195)

In the process of adapting the book to the television series, Todd was transformed from a carpenter to a structural engineer named Nate. I argue this particular social construction reflects stereotypes about middle-class superiority. The contrast between Sean and Nate would not be as stark if Nate were a carpenter as he was in the book. It also erases the possibility of a conversation about class consciousness between the main male characters. Mastrocola (2017) defines class consciousness as an «awareness of one's place and degree of agency within the broader socioeconomic and political structures, especially as it relates to those who hold a similar place» and argues that television characters seldom have class consciousness (p. 3). *Maid* is no different. By changing the working-class character Todd to the middle-class character Nate, there is no discussion of shared class struggles by working-class men in a capitalist system. Neither Sean nor Nate have any sense of class consciousness and in a program about working-class lifestyles, it is a troubling omission.

Nate lives in a two-story house in a nice neighborhood with paved streets and tidy neighbors. His retired parents live in Newport Beach, and he has a master's degree from the University of Washington. Nate has no visible addiction issues, hinted at by his statement that he «can't drink beer after 8 pm because it messes with my stomach» (S1E7 String Cheese, 13:41). Nate is most often dressed neatly and wears a tucked in button-down shirt with a fleece-zip vest over it. He sometimes goes to work early (catching the ferry at 6:05 am in S1E2 Ponies) and is eager to help Alex with small gifts like coffee, breakfast, and a phone charging cable (S1E2 Ponies). He later lends her a Ford Explorer (S1E4 Cashmere), helps secure a spot for Maddy at a prestigious daycare, and eventually provides a temporary home where Alex, Maddy, and Alex's mother stay for a few days (S1E7 String Cheese).

Recently divorced and sharing parenting responsibilities for their son Brady with his ex-wife, Nate appears to be a kind and generous person who longs for Alex as a girlfriend. He asks her out several times throughout the series and each time, Alex firmly tells him she's not interested in dating. This first occurs when Nate saves her from certain financial ruin by lending her an older Ford Explorer. In a later episode, Nate again tries to insinuate himself into some sort of romantic relationship by repeatedly requesting play dates for their two children. Alex replies, «Well, it was getting kind of weird how many times you asked» (S1E6 M, 10:03)

When Alex has no other option but to stay with Nate at his comfortable home, he asks her out again, in his living room. This time, he offers to take her out to dinner. She tries to explain the situation to him more clearly:

I am charity. I am. I mean, you feed me, house me, board me, hot-water me. You are the only difference between us sleeping in a bed and sleeping on the street tonight. Yeah, I just don't know how I could go to dinner with you and sit across the table from you and share an appetizer, because it's not equal between us. (S1E7 String Cheese, 25:00)

Nate replies that if they like each other, «That's equal, right?» (S1E7 String Cheese). Alex reiterates her reluctance to date anyone by replying «I don't think I can be with anybody right now» (S1E7 String Cheese). Like Sean, Nate does not listen to her desires and sees no issues with the power imbalance between them. This reinforces the notion that if men provide women with financial security, in

exchange, women are open to romantic relationships. Nate's display of hegemonic masculinity predictably fails at «a positive hegemony» in which men see women as equals and work to ensure social conditions for that reality (Connell & Messerschmidt, 2005, p. 853).

Shortly thereafter, Sean supports Alex while her mother becomes abusive and then has a mental breakdown. That trauma is deeply troubling to Alex and Sean comforts her. They end up sleeping together. When Alex returns to Nate's house early the next morning, Nate said «I saw Sean. How hard is it to just send a text? Hey, I'm not coming home. I'm gonna fuck my ex» (S1E8 Bear Hunt, 3:05). Alex tries to explain that her mother was in the hospital and Nate then apologizes. Alex clarifies «No. Uh. I did sleep with Sean. I'm not gonna lie to you about it and I'm sorry» (S1E8 Bear Hunt). Nate then asks Alex to pack up her daughter and leave. Having nowhere else to go, Alex ends up living with Sean again.

In that exchange, we see that Nate believes Alex owes him for all that he provides for her. At the very least, Nate expects her to avoid physical intimacy with anyone, especially Sean, if she won't share that with him. A man's ownership of a woman's sexuality is a trait of hegemonic masculinity in the program and Alex even unnecessarily apologizes to Nate about having sex with Sean.

Nate's sense of competition with Sean and perhaps self-doubt about his own embodiment of masculinity prompts this derisive remark «What is it about this guy? Fucking peach fuzz» (S1E8 Bear Hunt, 4:13). Nate's internalization of one form of hegemonic masculinity is the ability to grow a beard, a sign of virility, compared to Sean's patchy facial hair (Kaplan *et al.*, 2017, p. 395). As Messerschmidt (2018) explains «properly accountable bodies construct relational and discursive social structures, and they signal and facilitate through their appearance and action the maintenance of hegemonic masculine power dynamics» (p. 130). It would seem that in Nate's mind, real men grow full beards like him and less masculine men like Sean have «peach fuzz.»

The exchange further shows Nate's entitlement as a suitable middle-class man for Alex when he asks «Okay, he can make a drink. I can make a skyscraper, but you're going back to him?» (S1E8 Bear Hunt, 4:15). Nate is furious and jealous that Alex would have sex with Sean instead of him because he «makes skyscrapers» and Sean «makes drinks.» Nate's classist characterization of Sean demonstrates that he feels entitled to Alex valuing him over Sean in part because of Nate's social class. When Alex rejects Nate's advances, Nate becomes angry because he feels entitled to Alex. Hegemonic masculine structures dictate to Nate that he should be chosen over Sean because of his social status and ability to financially provide for Alex. When Alex rejects Nate because of the unequal gender relations inherent in their current life situations, Nate is confused and does not understand why Alex will not date him. This shows how deep-seated these ideas are in Nate's mind as a middle-class man and is similar to Sean's inability to comprehend why Alex would not stay with him either.

These two sites of representation and later contestation of hegemonic masculinities via Alex's relationship with Sean and her relationship with Nate are important areas of analysis. Alex's eventual resistance to subordination to the men in her life illustrates what challenging hegemonic masculinities might look like in a television series. Though both relationships analyzed are different in their own way, the folly of hegemonically masculine traits are laid bare and ultimately rejected by Alex.

4. Conclusion

The program *Maid* illuminates hegemonically masculine traits of the two main male characters in the series. It also reinforces social class stereotypes throughout the series. White working class and men without money on television are often mocked and blamed for their own financial struggles (Butsch, 1992; Butsch, 2011; Katz, 2011; Morgan, 2004). The social construction of working-class character Sean in *Maid* supports those findings. Sean is portrayed as an abusive alcoholic who lives in a trailer and works as a bartender. Many of his troubles stem from a traumatic childhood in a lower-income family where drug abuse and physical abuse were common. It is no surprise then that Sean fails in many ways at providing for his small family.

Portrayals of middle-class men on television in contrast are seen as competent and intelligent, an aspirational model for all (Butsch, 1992, p. 390). The character of Nate in *Maid* lives in a nice house and is financially secure. His white-collar work as a structural engineer affords him many accoutrements of a middle-class world including reliable vehicles, a prestigious day care for his son, and pony rides at a nearby horse stable. Nate's generosity and kindness toward Alex is conditional because it is based on his desire to become romantically involved with Alex.

It is also important to point out that the social class of Nate's character was changed when the book was adapted for television. In the book, Nate's character was a carpenter but, in the series, he was a structural engineer. I find this problematic because it erases any opportunity for the two men to have a discussion of class consciousness or experience class solidarity. Instead, Nate's character further reinforces the difference between vilified working-class men and valorized middle-class men. However, both men are hemmed in by forms of hegemonic masculinities. These forms of coercion are recognized and eventually rejected by Alex.

As Messerschmidt (2018) stated «hegemonic masculinities can be contested and undermined through alternative practices that do not support unequal gender relations» (p. 142). In the social construction of Alex throughout the series, she takes part in «counterhegemonic practices that critique, challenge, or actually dismantle hegemonic masculinity» (Messerschmidt, 2018, p. 142). By the end of the series, Alex has left Sean to attend college in Montana. She breaks free from her financial dependence on him and no longer tolerates his emotional abuse. Her conditional friendship with Nate has also ended and she becomes more self-sufficient. Neither Nate nor Sean understood or wanted to «democratize gender relations, abolish power differentials, or stop reproducing hierarchy» (Connell & Messerschmidt, 2005, p. 853). Both Nate and Sean benefitted from the established gender hierarchy without trying to change it. They were therefore complicit in it though in different ways.

Alex's pursuit of a degree rather than another man symbolizes Alex's emancipation from «subordination and oppressive gender relations» and also her family's expectations (Messerschmidt, 2018, p. 150). In her relationships with Sean and Nate, Alex «embodies reflexive counterhegemonic practices» (Messerschmidt, 2018, p. 150). The program's narrative provides a model for individual women who are trapped in hegemonically masculine ways of being a woman and want to free themselves.

Future intersectional analyses of *Maid* could focus on the ways women like Paula (Alex's mother), Regina, Yolanda, Danielle, and Denise reinforce and/or reject hegemonic masculinities. Related

research should explore and document the social construction of masculinities related to social class in other popular contemporary programs like *Shameless*. Another media text in which domestic violence is a major theme is *Big Little Lies* however, the perpetrator is upper middle class. Analyzing his social construction could provide a contrast to the social construction of Sean in *Maid*. Constructions of abusive partners could also be documented by studying movies like *Sleeping with the Enemy* (1991), *Fear* (1996) and *Enough* (2002).

References

- Beynon, J. (2004). The commercialization of masculinities: From the 'new man' to the 'new lad.' In: C. Carter & L. Steiner (Eds.), *Critical readings: Media and gender* (pp. 198-217). Open University Press.
- Butsch, R. (1992). Class and gender in four decades of television situation comedy: Plus ça change... *Critical Studies in Mass Communication*, 9(4), 387-399.
<https://doi.org/10.1080/15295039209366841>
- Butsch, R. (2011). Ralph, Fred, Archie, Homer, and the King of Queens: Why television keeps re-creating the male working-class buffoon. In G. Dines & J. M. Humez (Eds.), *Gender, race, and class in media: A critical reader* (3rd ed., pp. 101-110). Sage.
- Connell, R. (2016). Masculinities in global perspective: Hegemony, contestation, and changing structures of power. *Theor Soc*, 45, 303-318.
<https://doi.org/10.1007/s11186-016-9275-x>
- Connell, R. & Messerschmidt, J. W. (2005). Hegemonic masculinity: Rethinking the concept. *Gender & Society*, 19(6), 829-859.
<https://doi.org/10.1177/0891243205278639>
- Dow, B. J. (1990). Hegemony, feminist criticism, and The Mary Tyler Moore Show. *Critical Studies in Mass Communication*, 7(3), 261-274.
<https://doi.org/10.1080/15295039009360178>
- Dow, B. J. (1992). Femininity and feminism in Murphy Brown. *Southern Communication Journal*, 57(2), 143-155.
<https://doi.org/10.1080/10417949209372860>
- Kaplan, D., Rosenmann, A. & Shuhendler, S. (2017). What about nontraditional masculinities? Toward a quantitative model of therapeutic new masculinity ideology. *Men and Masculinities*, 20(4), 393-426.
<https://doi.org/10.1177/1097184X16634797>
- Katz, J. (2011). Advertising and the construction of violent White masculinity: From BMWs to Bud Light. In: G. Dines & J. M. Humez (Eds.), *Gender, race, and class in media: A critical reader* (3rd ed., pp. 261-269). Sage.
- Land, S. (2019). *Maid: Hard work, low pay, and a mother's will to survive*. Hachette Books.
- McKee, A. (2003). *Textual analysis: A beginner's guide*. Sage.
- Mastrocola, D. (2017). Performing class: *Gilmore Girls* and a classless neoliberal 'middle class.' *Studies in Popular Culture*, 39(2), 1-22. <http://www.jstor.org/stable/44779928>
- Messerschmidt, J. W. (2018). *Hegemonic masculinity: Formulation, reformation, and amplification*. Rowman & Littlefield.
- Morgan, D. (2004). Class and masculinity, In M. S. Kimmel, J. Hearn, & R. W. Connell (Eds.), *Handbook of studies on men and masculinities* (pp. 165-177). Sage.

Newitz, A. (1997). White savagery and humiliation: A new racial consciousness in the media. In M. Wray & A. Newitz (Eds.), *White trash: Race and class in America* (pp. 131-154). Routledge.

Otterson, J. (2022, February 14). 'Maid' creator Molly Smith Metzler inks Netflix overall deal. *Variety*.
<https://bit.ly/3FAn9UO>

Painter, C. & Ferrucci, P. (2019). Taking the white gloves off: The portrayal of female journalists on *Good Girls Revolt*. *Journal of Magazine Media*, 19(2), 50-71.
<https://www.muse.jhu.edu/article/741602>

Sheehan, S. T. (2010). «Pow! Right in the Kisser»: Ralph Kramden, Jackie Gleason, and the emergence of the frustrated working-class man. *The Journal of Popular Culture*, 43(3), 564-582.
<https://doi.org/10.1111/j.1540-5931.2010.00758.x>

U. S. Department of Justice. (2011, October). National survey of children's exposure to violence.
<https://www.ojp.gov/pdffiles1/ojdp/232272.pdf>

Semblanza de la autora

Melissa Boehm is an associate professor in the Department of Communication at Montana State University Billings. She teaches graduate and undergraduate courses in media studies and public relations and earned her PhD in Mass Communication with a graduate certificate in Women's and Gender Studies from Ohio University. Her research agenda focuses on media representations of marginalized groups, especially women in poverty.

Shifting Italian masculinities: insights from three male performances in Festival of Sanremo 2022

Cambios de masculinidad italiana: tres actuaciones masculinas en el Festival de Sanremo 2022 para reflexionar

Carlotta Antonelli

La Sapienza University | Via G.Giusti, 2, 04100 Latina, Italy

 0000-0001-7045-7311 · carlotta.antonelli@uniroma1.it

Fechas: Recepción: 24/05/2022 · Aceptación: 15/07/2022 · Publicación: 15/01/2023

Abstract

The Festival of Sanremo is arguably one of the biggest events on Italian television in terms of audience and prestige. It sits within complex socio-cultural dynamics and can be understood only through a lens that focuses on the ecology of Italian media and values songs as cultural objects (Tomatis, 2016). Indeed, acts happening on Sanremo's stage can acquire a special significance in terms of their potential resonance (Facci et al., 2011) and the festival has often been used to spread political messages or raising awareness about social issues. In recent years, the festival has featured singers whose performances and character increasingly challenge and complicate traditional expressions of gender, with mixed, often polarized, receptions. The artistic choices of Amadeus (host of the 2019 through 2024 editions) and the authors reflect the trend of assimilation into the mainstream of queer or otherwise gender-defying signifiers in audiovisual pop productions (Ferrante, 2019). To zoom in on these processes, we draw our attention to performances of masculinities (Butler, 1990 & 2004; Connell, 2020; Feasey, 2008; Reeser, 2011) in the context of the 2022 edition of Sanremo. We will operate a visual analysis (Aubrey, Frisby, 2011; Russmann, Svensson, 2016; Tiidenberg, Baym, 2017) of the opening performances of three male artists, identifying three different ways of performing masculinity on the stage: Rkomi, Achille Lauro and Michele Bravi.

Keywords: *masculinity, gender performance, Sanremo, media studies, gender studies.*

Resumen

El Festival de Sanremo es, sin duda, uno de los mayores acontecimientos de la televisión italiana en términos de audiencia y prestigio. Se sitúa dentro de dinámicas socioculturales complejas y solo puede entenderse a través de una lente que se centre en la ecología de los medios de comunicación italianos y valore las canciones como objetos culturales (Tomatis, 2016). Los actos que tienen lugar en el escenario de Sanremo pueden adquirir un significado especial en términos de resonancia potencial (Facci et al., 2011) y el festival se ha utilizado a menudo para difundir mensajes políticos o concienciar sobre cuestiones sociales. En los últimos años, el festival ha acogido a cantantes cuyas actuaciones y carácter desafían y complican cada vez más las expresiones tradicionales de género, con recepciones dispares y a menudo polarizadas. Las elecciones artísticas de Amadeus (que acoge las ediciones de 2019 a 2024) y de los autores reflejan la tendencia de asimilación a la corriente dominante de los significados queer o que desafían el género en las producciones audiovisuales pop (Ferrante, 2019). Para explorar estos procesos,

llamamos la atención sobre las representaciones de la masculinidad (Butler, 1990 y 2004; Connell, 2020; Feasey, 2008; Reeser, 2011) en el contexto de la edición de 2022 de Sanremo. Realizaremos un análisis visual (Aubrey, Frisby, 2011; Russmann, Svensson, 2016; Tiidenberg, Baym, 2017) de las actuaciones inaugurales de tres artistas masculinos, identificando tres formas diferentes de representar la masculinidad en escena: Rkomi, Achille Lauro y Michele Bravi.

Palabras clave: masculinidad, performance de género, Sanremo, medios de comunicación, estudios de género.

1. Theoretical framework

In order to better understand this proposal, it seems necessary to clarify some semantic issues inherent in the use of the term *mascolinità*, which would like to be the correspondent of the Anglo-Saxon term *masculinity*, but that, in fact, rather than being the exact translation, is likely to represent a false friend. In the context of international men's studies, the term *masculinity*, especially in its plural form (*masculinities*) is widely used to indicate the different ways of being and wanting to be male in social and symbolic terms within different historical and cultural contexts (Dell'Agnese, 2007); it is in this sense that the term *masculinities* used in our paper should be interpreted. However, the Italian context provides several reasons of interest and critical reflection to deal with this issue. The first is of socio-semiotic order, in fact in Italian everyday language, the term *mascolinità*, in its singular form, is generally used as a synonym of virility (being masculine equals being virile, or wanting to be, if the adjective is used in reference to a woman), in the context of an apparent semantic correspondence, according to which everything that is referred to the male is also masculine and therefore virile (Dell'Agnese, 2007). On this subject, not even the famous dictionary of Giacomo Devoto and Gian Carlo Oli proves to be of great help in clarifying the complexity of the issue, in fact the latter defines *masculinity* as «participation in the characters physiologically or traditionally proper to the male» (Devoto, Oli, 2021). In the context of the research, although not very extensive, the many confusions of terminology are also evidenced by the fact that *Masculinities*, the work of R. Connell in 1995 (Connell, 1995) that many consider foundational in this field of study, has been translated as the Italian singular term *Mascolinità*, thus losing all the richness of the plural form used in the original, while *Manhood in the Making. Cultural Concepts of Masculinity* by David D. Gilmore (1990) another fundamental, albeit controversial, study on the subject, has been placed on the Italian market under the title *La genesi del maschile. Modelli culturali della virilità*. For this reason, some authors, in order to avert the risk of conceptual essentialization, privilege the term «*maschilità*», which is used with reference to being male as a gender construction, in order to distinguish the many possible ways of being male from the one considered dominant, *masculinity*. The majority, however, in order not to deviate too much from the international literature, uses the ambiguous term of *masculinity*, giving it the current meaning in the Anglo-Saxon world, rather than the one traditionally used in Italy.

Complicating the matter is the fact that in today's social life there is a whole range of gender variations. These have been carefully catalogued by Judith Lorber in *The Invention of the Sexes* (1995). The author calculated that modern Western societies distinguish five genders (including cross genders), three sexual orientations, five different ways of exhibiting one's gender, six types of relationships, and ten types of self-identification (Lorber, 1995).

In this context, an additional element to be analysed can be found in the crisis of models that question not the masculine, but the relationships between genders: examples are the changes in the world of work, the emergence of alternative family models to the patriarchal tradition, and the action of feminisms and movements for the rights of sexual minorities (Boni, 2004). Nonetheless, the category has found resonance in public discourse – evidence is the spread of expressions such as «Men are in crisis» (Ruspini, 2003) – and in media productions. As Ciccone states, «the ambiguous and generic category of 'crisis' is used to represent the confused picture of conflicts, new desires, and discomfort that emerge as established roles change, traditional places of masculine socialization are disrupted, and reference models are lacking» (Ciccone, 2020). An emblematic example of this trend is reported by the author and concerns «a site of the galaxy for 'men's rights'» that chose the name «anti-violence centers» and the heading «gender communication», «with the evident desire to overturn the contents of the initiatives promoted by women» (Ciccone, 2020).

Taking into consideration the multiple elements of complexity exposed so far and the new composite realities that express different interpretations of gender identity and roles, also conveyed by the mass media, the Italian case of the performances of three «male» artists, Rkomi, Michele Bravi and Achille Lauro, on the stage of Sanremo 2022 is of relevant interest. The festival is probably one of the biggest events on Italian television in terms of audience and prestige. It is located within complex socio-cultural dynamics and can only be understood through the ecological perspective that understands the media system as an environment inhabited by people, reinforcing the idea of a systemic approach to information configuring it as a problem of social relations and media consumption, recalling the overlap and exchange between direct and mediated experiences (Bennato, 2018). In this sense, it is possible to understand songs as cultural objects, or rather 'intermediary' objects, whose effects on the fruition of music cannot be ignored, from the perspective of the history of song that exists and circulates in different media and contexts (TV, radio, entertainment venues and the cultural industry in general). Songs, considered as cultural objects, constitute an important piece in the construction of *Italianness* and in genre-making (Tomatis, 2016). A non-negligible part of this complex process lies in understanding music as an industry in which marketing and merchandising constitute a relevant aspect, contributing, through the market, with the commercialisation of products and brands, to proposing genre models, orienting audiences. (Tomatis, 2016).

Similarly, the acts that take place on the Sanremo stage can acquire a special meaning in terms of potential resonance (Facci *et al.*, 2011), and the Italian Song Festival, in fact, has often been used to spread cultural, political, or awareness-raising messages about particular issues of social relevance.

In Italy, in light of the recent political and social debate triggered by Alessandro Zan's bill against homophobia and for the protection of minorities in order to combat so-called hate crimes, the media have focused their attention on discrimination based on sexual orientation and gender identity, thus corroborating the thesis that the technical medium cannot be separated from the social and cultural context (Thompson, 1990).

Even the Arston stage has not escaped these dynamics; in fact, the evenings of the kermesse have featured singers whose performances increasingly challenge and complicate traditional gender expressions, with a mixed, often polarized reception.

The artistic choices of Amadeus (called to be host of the song festival in the editions from 2019 to 2024) and of the authors, reflect the trend of assimilation into the mainstream of queer signifiers that challenge gender in pop audiovisual productions (Ferrante, 2019).

Hence the decision to analyze the performances that catalyzed attention in the 2022 edition by giving special consideration to the different ways in which the three «male» artists performed gender in the Sanremo kermesse. Therefore, at this point in the discussion, it is necessary to provide a definition of gender performativity (Butler, 1990) as the process by which gendered subjects «are constituted by normative notions within a heterosexual matrix» (Nentwich & Kelan, 2014, p. 123), thus shifting the focus from gender as a self-evident category to a social practice, a doing/undoing that considers gender identity as an ongoing activity. As noted by Nentwich and Kelan (2014), «doing» and «undoing» are highly context-specific, suggesting that research should focus on contextual identity practices rather than assuming that someone has a gender identity related to the social role, echoing Green's (2007) critique of queer theory as a theory of the self.

In a context of new gender politics—originated by trans studies and the intersex movement's critiques of feminist and queer theory—«doing» one's gender sometimes involves «undoing» dominant notions of personhood (Butler, 2004).

In order to better understand the performances of the selected competition singers, it is necessary to start with some theoretical assumptions well illustrated in Judith Butler's (1990) theory. In her work *Gender Trouble* (Butler, 1990) the author states in fact that gender is to be considered a social construction, a cultural law that prescribes to individuals how they should behave. They are therefore simple recipients and passive explanatory objects of a fixed and determined cultural law (gender rules). Emphasizing the performativity and artificiality of heteronormative gender identity imposed by society consequently refutes the idea that there is «natural» behaviour traditionally considered feminine or masculine. This heteronormativity must be seen as the result of cultural coercion repeated and executed over time, which consequently has also arbitrarily decided which behaviours are not «natural.» To conceive of traditional gender identity as something artificially constructed and maintained through articulated power structures is to challenge these same constructs to legitimize and defend the rights of all those marginalized individuals who do not reflect the categorizations imposed by society. Butler (1990) criticizes cultural constructions of gender and sexuality because they are based on punitive and coercive rules that force individuals to conform to hegemonic heterosexual standards, which must be respected in every field of the public and private sphere, thus undermining the self-determination of each individual. Finally, according to the author, gender is not simply an immutable biological condition of the body, but a construct born of a process in which certain reiterated norms create and materialize what is now understood as «sex». Gender has thus produced a normative sexuality (heterosexuality) that has been internalized as a natural aspect. In order to eliminate the presumed normality/naturalness of heterosexuality, one must destabilize those categories of identity, naturalized solely by man/woman binarism.

In this sense, the literature on the subject (Connell, 1995) suggests that the practices in which bodies are involved, as objects and subjects, shape social structures and personal trajectories, which in turn create the conditions for new practices that will involve bodies. This constitutes a closed-loop cycle that ties together bodily processes and social structures. The number of these spirals is potentially immense; and it is in this way that bodies are introduced into and contribute to historical becoming.

Connell (1995) calls this process social embodiment which implies considering the body as a reflexive bodily practice, that is, as a social praxis in which the role of the body is that of subject and object at the same time.

2. Methodological framework

In the light of the theoretical orientations set out above, with the methodological tool of visual analysis focused on elements such as movement, sequences of images and colours (Mattioli, 2007), we will analyse the performances of the singers examined over the five evenings of the Festival, with the aim of understanding similarities and differences in their ways of performing gender on stage, concentrating on the following categories: clothing, stage presence of the artists, verbal exchanges and body attitudes within the performances, song lyrics. The approach of visual analysis, generally used to analyse images, specific frames or works of art, seems substantially adequate to account for what took place on the television screens on the evenings under investigation; as an aside, it should be pointed out that a further methodological tool that could have been used, yielding similar results, would have been that of content analysis (Di Franco, 2017), which, however, due to the use of specific software, would have required an excessively long time to carry out this study.

Lastly, we must specify that our methodological approach, precisely because of its qualitative nature, has several limitations in terms of the generalisability of the sample; in fact, it should be noted that it is by no means based on a representative sample and cannot be extended to other contexts, outside the Italian Song Festival chosen precisely because, as mentioned at the beginning of our paper, it is a mirror of complex socio-cultural dynamics that originated within it (see for example Renato Zero's costumes of the 1980s, which came to the public of the big screen precisely thanks to the Sanremo festival). We are aware that the size of the study would have required a larger sample, but the elements that emerged through the use of this approach, although not generalisable, made it possible to highlight the significant media impact that the performances considered had on the Italian cultural context. We would like to spend a final word to further motivate the choice of analysing only the performances of these three artists and not extending them to other stages outside the Sanremo stage: Achille Lauro's success was crowned on the same stage in 2019 with the song «Rolls Royce», Rkomi, despite being known as an artist since 2017, made himself known to the general public precisely thanks to this edition of Sanremo, and Michele Bravi, despite being born as an artist from another singing kermesse «X Factor», has been treading the Sanremo stage, performing his genre, since 2017. For all these reasons, it was not considered relevant to analyse further performances than those of Sanremo 2022.

For the sake of completeness of the data, it should be noted that none of the artists covered in our paper performed on the second night of the same kermesse.

2.1. First night

Rkomi: on stage he has an aggressive style with black leather gloves and leather jacket, he interprets a text that seems to be written for the man who «must never ask», in fact it evokes images belonging to the alpha male, significant for the Italian context and reinforced by the song itself, which reads: «I feel cold blood in my veins, at a hundred and eighty thousand revolutions on a coupe. Two molotov

cocktails on fire in the current, I hold your hips, love you are, the last corner, unsurpassable». In the lyrics of the song, in addition to the extreme virility, we can read the role of the woman as an object to possess, or a challenge to win.

Achille Lauro: he enters the stage in a scenic way, without a shirt, with tattoos in evidence, wanting to challenge the conventions of Sanremo. He plays with genders, for example he has a masculine but platinum blond haircut and at the same time his attitude is not masculine unlike Rkomi's, in fact when the conductor, with a joke, points out his powerful physique in full view, Lauro smiles and lowers his head. He begins his performance with a bouquet of flowers in his hand, he sings «Domenica», in whose lyrics he says » it's like Sunday » and this has the same value as «Me ne frego» which the artist performed on the same stage in 2020, representing the desire to show himself for what he is, without fear of being judged. During the refrain, the Harlem Gospel Choir that accompanies him turns over cards with his face on them, almost as if to symbolize self-worship. On stage, the artist alternates provocative gestures and verses; the conclusion in which Lauro, pouring water on himself, «baptizes» himself is emblematic, as if saying «I am my God».

Michele Bravi: proposes an outfit that highlights the feminine side present in every person, with a black jacket decorated with black and white roses, covering a bodice of black sequins, a silver pendant on the ear and silver rings on the hands. He carries the song entitled «The Winter of Flowers», a text that speaks of love in which we read «but in the hypothesis and doubt, to have unlearned everything», interpreted leaving space for her emotions and delicacy. A performance that can be read in perfect contrast to that of Rkomi.

2.2. Third night

Rkomi: the look for the third night is a white short-sleeved shirt, with tattoos and muscles in full view, black leather gloves. His second performance has the same register as the first, rock and cheeky, as in the lyrics of his song in which we read: «hovering over a barbed wire, I love danger, and me who stubbornly stand on it». Unlike the first night, reflecting his character, the artist incites the audience to participate and the orchestra to continue even after the song is over.

Achille Lauro: for the third night, he wears a shiny black jacket, with no shirt underneath, just the buttoned suspenders of his pants, black make-up, gold earrings and rings, and he is barefoot: typical attire for LGBTQ+ themed disco nights, as an example, see the evenings of the «Mucca Assassina», a well-known roman nightclub that has always hosted this kind of themed events to raise public awareness. The choir that accompanies him this time has in his hand a fan that moves in time, the same movements taken by the artist several times throughout the performance. Lauro is always provocative, the most striking gesture is the final one in which he unbuttons his pants, in the midst of the two Gospel singers.

Michele Bravi: presented by Amadeus next to Drusilla Foer, he is elegantly dressed with golden and red flowers on leather gloves and golden accessories, he sings the same song of the first night in an emotional way, as always, with tears in his eyes, the following one is another excerpt: you teach me how to learn happiness to show you that if they were sounds, they would be songs and if they were seasons, winter would come, the winter of flowers.

2.3. Fourth night

Rkomi: performs, along with the rock band with the emblematic name Calibro 35 that refers to the displacement of a gun, in the Medley of three famous songs by Vasco Rossi «Cosa succede in città», «Deviazioni» and «Fegato spappolato», the lyrics of the latter refers to a person who uses heavy drugs, as if to reflect the image of the «hard» man with all the stereotypes of toxic masculinity that embodies. The singer is dressed as a cowboy and in the middle of the performance he takes off his jacket, remaining bare-chested. At the end of the performance, in order to emphasize the concept of ostentatious virility, he launches into an impromptu push-up challenge with the host Amadeus. Some elements of this performance take on particular relevance for analysis and critical commentary in our paper.

Achille Lauro and Loredana Bertè: the duet is particularly expressive, they present themselves dressed in contrast, he in white, she in black. Lauro has chosen her, who has always been an icon of the gay world, as well as a friend of Renato Zero, whose artistic heir Achille is considered to be. In the performance, the artist kneels to Bertè, who puts her hand on his head almost as if to legitimize him, on the notes of «Sei bellissima». At the end of the performance Lauro gives a bunch of red roses to Bertè, among which two blue ones, the same color of the artist's hair to whom the tribute is addressed, together with a letter read by the conductor, the full text of which is given below: «What a strange man am I, unable to apologize, because I confuse forgiveness with shame. What a strange man am I, who calls you a clown because he thinks he has to fight what he cannot reach. What a strange Man am I, only able to say «you're beautiful» because he's still afraid to recognize your worth. Tonight, «for your eyes still», I apologize and leave». The meaning of the lyrics is aimed at apologizing ideally to the protagonist of the song, for the exaggeratedly masculine behaviour of the man described in the song, compared to which, on the other hand, Lauro is only able to exclaim «you're beautiful».

Michele Bravi: on stage he is elegantly dressed, with a green suit and underneath a light-colored t-shirt with golden decoration, always emphasizing the feminine side. The performance is particularly emphatic, the central concept is well exemplified by Battisti's words «come può uno scoglio arginare il mare» (how can a rock block the sea) of the famous song entitled «Io vorrei, non vorrei, ma se vuoi» (signed Battisti-Mogol), to which the artist also refers at the end of the performance, showing, on stage, his grandparents' wedding ring and pronouncing these words «tonight they have sung with me».

2.4. Fifth night

Rkomi: even in the performance of the last night of the kermesse, he gives the same image of the previous times, starting from the completely black leather clothing to the stage presence, from which he incites the audience, and he comes down only to involve them more. The only noticeable difference at the end of the performance, compared to the previous nights, is that the artist shows his emotionality by thanking the audience and his fans for his success and admitting his own imperfections, declaring that he still has a lot to learn and that he puts his heart into what he does.

Achille Lauro: in the last episode, he wears a tuxedo, a typically masculine suit, but with a pink color, typically associated with women, with a red rose in his breast pocket, and he is barefoot. Lauro, for this choreography, has a cocktail glass in his hand, from which, at the end, he drinks, raising

it in the air almost as if he wanted to toast the health of those present and of the public. During the performance he addresses the Gospel choir exclaiming «Love you girls» and goes towards the popular presenter of «Domenica In» involving her in a pirouette.

Michele Bravi: also for this last night, he walks on stage wearing clothes designed by the well-known designer Roberto Cavalli with an eccentric style: a light-colored tight t-shirt with, as in the past, golden floral decorations, very chic. The artist, as in the previous times, performs a delicate and refined performance and at the end he gives flowers to the well-known presenter Mara Venier, who has always been welcoming towards gender differences.

3. Critical analysis and conclusions

Summarizing the performances examined, it is possible to say that different representations of gender performativity emerged on the stage of the Ariston: Rkomi as an example of seemingly traditional masculinity, in contrast to his demeanor and shy attitude once the last night's performance was over; Achille Lauro, whose performance can be read as a gender and cultural challenge launched to a society, such as the Italian one, in many ways secularized in Catholicism; Michele Bravi, as an example of recognition of the femininity present in every person by virtue of the creativity and fluidity of artistic expression.

Lauro's performances, even if not always well received, by way of example have the function of bringing that audience closer to what is the quintessential national-popular festival (Budoni, 2021), translating those modes of expression into a discourse «acceptable» to the mainstream, and winking at the LGBTQ+ community. Following this line of thought, as previously mentioned, it could be assumed that Lauro picks up the legacy of Renato Zero making himself with his performances an expression of a society that changes in a socially acceptable way or at least understandable by the general public. In fact, freedom from social conventions is the main message that the artist wants to convey with his presence on stage. This is also accompanied by Lauro's strong rejection of gender roles, heteronormativity and toxic masculinity that he has always been confronted with in his life. Another clear message is his desire to deconstruct those social constructs that want to divide human beings into two categories (man - woman) exclusively on a sexual basis, each with certain immutable and non-interchangeable characteristics. In this sense, Achille Lauro's performances can be seen as one of the possible ways of trying to overturn this binomial. The singer refuses to fall into what is considered «natural» for the cultural constructs of society, disobeying those rules that have always wanted to impose a heteronormative vision of the world. Achille Lauro in this edition of Sanremo, as in previous editions, plays with the traditional binarism man/woman through the strong contrast between his physicality, his voice, his facial expressions and his way of dressing, his movements, his attitudes, thus staging a performance that is not only artistically transgressive but also socially committed (Budoni, 2021).

Michele Bravi wore markedly feminine clothing on the Ariston stage. This certainly calls into question the traditional conceptions around the two sexes. The choice of putting a lot of emphasis on clothing, besides being the most visible and obvious way to send a message of protest, has always been considered and used as a fundamental tool of gender division. In fact, clothing says a lot about a person, and it also says a lot about sexual stereotypes and categorizations. Through it, gender

differences and the resulting hierarchies are perpetuated in societies, individual freedom can be attacked, and it is also a powerful tool to make visible the power relationships that are established between individuals. Clothing in itself assumes great coercive power: through all the cultural heritage hidden in it, individuals are categorized, divided, stereotyped and labeled. Not conforming to its «rules» means enacting a strong transgression not only visual but also and mainly cultural and perhaps it is for this reason that Michele Bravi treading the stage of the kermesse has been the subject of heavy criticism.

Rkomi's performance can be read in contrast to those just exposed, the artist in fact, in this edition of Sanremo, has tried to perform by reproducing the attributes of masculinity traditionally understood in the Italian context, this trend is also found in the artist's outfit: leather gloves, tattoos and muscles in plain sight that recall an imagery of virility in the Italian scenario that however in the last night of the festival are betrayed leaving space for emotions at the end of the performance.

The performances that emerge from the visual and consequently exploratory analysis indicate a re-appropriation and re-modulation of the attributes of traditional masculinity on stage, as well as the incorporation of traditionally feminine modes of expression towards gender fluidity.

Television, through the Italian song festival, has reflected this by presenting characters and formats that play with gender roles as expressions of identity or as art, especially males playing as females or subverting gender roles through drag and theater. This is exemplified by the presence of Drusilla Foer (female alter-ego of actor Gianluca Gori) as co-host during the third night of the festival or the production of the Italian edition of the famous talent show RuPaul's Drag Race in 2021.

Although extensive research is needed to explore whether these elements are related to an actual change in Italian culture towards inclusivity and gender and sexual equality, we observe that representations of masculinities in Italian TV might be undergoing a transformation - transformation, which has its most solid foundations in the media representations of this Festival - at least in terms of the plurality of ways in which men can represent gender. This agrees with what is expressed by queer theories that arise as a result of feminist and gender studies and fight for individual self-determination by strongly contesting the presumed naturalness of sexual and gender identities as a result of social constructs.

The concluding thesis of our paper is that societies have the ability to minimize differences between the sexes, through their socialization practices (Maccoby & Jacklin, 1974) also perpetuated by the mass media. This, for three orders of reasons: the first consideration to be made is that in the moment individuals belonging to a society and they are doing a job, they are doing gender at the same time, this basic notion is applicable to the category of entertainment workers who however unlike other categories have a profession and tasks less subject to the heteronormativity imposed by society thus preserving a greater degree of freedom; the second lies in the ability of artists to be precursors of the trends of social change that cross the historical epochs of the society in which they are immersed; the third lies in the notoriety that society itself gives to members of the star system, like Lauro, in light of this, can carry on a battle of civilization with the provocative lightness of «Me ne frego» (I don't give a damn).

References

- Aubrey, S. A. & Frisby, C. M. (2011). Sexual Objectification in Music Videos: A Content Analysis Comparing Gender and Genre. *Mass Communication & Society*, 14, 475-501.
<https://doi.org/10.1080/15205436.2010.513468>
- Bennato, D. (2018). L'emergere della disinformazione come processo socio-computazionale. Il caso Blue Whale. *Problemi dell'informazione*, 3, 394-419. <http://www.rivisteweb.it/doi/10.1445/91659>
- Boni, F. (2004). *Men's help*. *Sociologia dei periodici maschili*. Meltemi.
- Budoni, C. (2021). Fluidità visibile per addomesticare un pubblico. Il caso dei quadri di Achille Lauro a Sanremo 2021. *Rivista interdisciplinare di comunicazione*, 3, 177-182.
<https://doi.org/10.15162/2704-8659/1305>
- Butler, J. (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. Routledge.
- Butler, J. (2004). *Undoing gender*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203499627>
- Ciccione, S. (2020). *Maschi in crisi? Una strada oltre la retorica della frustrazione e del rancore*. Rosenberg & Sellier.
<https://doi.org/10.4000/books.res.2760>
- Connell, R. W. (1995). *Masculinities*. University of California Press.
- Dell'Agnesse, E. (2007). Tu vuoi fa l'Americano: la costruzione della mascolinità nella geopolitica popolare italiana. In E. Dell'Agnesse, & E. Ruspini (A cura di). *Mascolinità all'italiana. Costruzioni, narrazioni, mutamenti* (pp. 3-34). Utet Libreria.
- Devoto, G. & Oli, G. C. (2021). Mascolinità. In L. Serianni, & M. Trifone (A cura di). *Nuovo Devoto Oli* (pp. 302-304). Mondadori.
- Di Franco, G. (2017). *Tecniche e modelli di analisi multivariata*. Franco Angeli
- Facci, S., Piloni, M. & Soddu, P. (2011). *Il festival di Sanremo. Parole e suoni raccontano la nazione*. Carocci.
- Feasey, R. (2008). *Masculinity and popular television*. University Press.
<https://doi.org/10.1515/9780748631797>
- Ferrante, A. A. (2019). *Pelle queer maschere straight. Il regime di visibilità omonormativo oltre la televisione*. Mimesis.
- Gilmore, D. D. (1990). *Manhood in the making: Cultural concepts of masculinity*. University Press.
- Green, J. N. (2007). Doctoring the National Body: Gender, Race, Eugenics, and the «Invert» in Urban Brazil, Ca. 1920-1945. In: W. E. French & K. E. Bliss (A cura di). *Gender, Sexuality and Power in Latin America since Independence* (pp. 187-211). Rowman & Littlefield.
- Lorber, J. (1995). *L'invenzione dei sessi*. Il Saggiatore.
- Maccoby, E. E. & Jacklin, C. N. (1974). *The psychology of sex differences*. University Press.
<https://doi.org/10.1515/9781503620780>
- Mattioli, F. (2007). Le tecniche di analisi visuale. In: L. Cannavò & L. Frudà (A cura di). *Ricerca sociale. Tecniche speciali di rilevazione trattamento e analisi* (pp. 153-171). Carocci.
- Nentwich, J. C. & Kelan, E. K. (2014). Towards a topology of 'doing gender': An analysis of empirical research and its challenges. *Gender, Work and Organization*, 21(2), 121-134.
<https://doi.org/10.1111/gwao.12025>
- Reeser, T. W. (2011). *Masculinities in theory: An introduction*. John Wiley & Sons. <https://bit.ly/3HniyXq>

Ruspini, E. (2003). *Le identità di genere*. Carocci editore.

Russmann, U. & Svensson, J. (2016). Studying Organizations on Instagram. *Information*, 7(4), 58.
<https://doi.org/10.3390/info7040058>

Thompson, J. B. (1990). *Ideology and Modern Culture: Critical Social Theory in the Era of Mass Communication*.
University Press.
<https://doi.org/10.1515/9781503621886>

Tiidenberg, K. & Baym, N. K. (2017). Learn it, buy it, work it: Intensive pregnancy on Instagram. *Social Media + Society*, 3(1).
<https://doi.org/10.1177/2056305116685108>

Tomatis, J. (2016). I ragazzi di oggi e la nostalgia canaglia. Il Festival di Sanremo, i media e la canzone italiana. *Bianco e nero. Rivista quadrimestrale del centro sperimentale di cinematografia*, 585, 83-93.
<https://bit.ly/3VH2aoQ>

Semblanza de la autora

Carlotta Antonelli enrolled in the XXXV cycle of the PhD in Communication, Social Research and Marketing at Coris, Department of «La Sapienza» University of Rome. She participated in the Italian team for the 2020 Global Media Monitoring Project. Her research interest is in studies on disabilities, barriers and facilitators. She is pursuing a doctoral dissertation entitled «Universitabile: indagine sull'inclusione degli studenti con disabilità e DSA nel contesto universitario romano». Other research interests: she is formally included in the university project «Esperti alla ribalta. Decision-making processes, scientific dissemination and dynamics of mediatization».

Gender games. Gender roles in sport social media challenges: a content analysis

Juegos de género. Los roles de género en los retos de las redes sociales deportivas: un análisis de contenido

Vittoria Azzarita

Sapienza University of Rome | Piazzale Aldo Moro, 5, 00185 Rome, Italy

 0000-0001-7068-3757 · vittoria.azzarita@uniroma1.it

Maddalena Carbonari

Sapienza University of Rome | Piazzale Aldo Moro, 5, 00185 Rome, Italy

 0000-0001-8520-8633 · maddalena.carbonari@uniroma1.it

Marta Grasso

Sapienza University of Rome | Piazzale Aldo Moro, 5, 00185 Rome, Italy

 0000-0002-0953-3634 · marta.grasso@uniroma1.it

Cosimo Miraglia

Sapienza University of Rome | Piazzale Aldo Moro, 5, 00185 Rome, Italy

 0000-0003-2804-1640 · miragliac@msn.com

Fechas: Recepción: 17/09/2022 · Aceptación: 28/10/2022 · Publicación: 15/01/2023

Abstract

This research investigates the sport practice through the lens of gender on digital platforms. Since they are involved in the construction of corporeality, sports tend to reproduce socially dominant values about what being a woman, or a man means. Consequently, the idea that there are «feminine sports» and «masculine sports» is widespread. Specifically, sporting practices through the phenomenon of social media challenges are focused. These are highly correlated with concepts such as challenge and performance, in which gender, too, is enacted. The aim is to explore to what extent these sport challenges promote predominant ideas about femininity and masculinity, and in what cases they question them. To achieve these objectives, we used a dataset of about one thousand videos, shared on four social networking platforms during the period between 1 January 2020 and 31 January 2021. From this dataset, 136 social media challenges marked for «sport,» «physical ability,» or «fitness» were selected. Content analysis, chosen as the method of analysis, shows how through these new challenges traditional gender differences are perpetuated and promoted rather than challenged. In this regard, although digital platforms have created new symbolic and expressive spaces in which once unthinkable forms of self-representation and interaction can be implemented and new possibilities of agency are developed, sport social media challenges do not yet appear to be fully involved in that process.

Keywords: social media challenge, digital culture, femininity, masculinity, sports.

Resumen

Esta investigación indaga la práctica deportiva a través de la lente de género en plataformas digitales. Al estar implicados en la construcción de la corporalidad, los deportes tienden a reproducir los valores socialmente dominantes sobre lo que significa ser mujer u hombre. En consecuencia, está muy extendida la idea de que existen «deportes femeninos» y «deportes masculinos». En concreto, nos centramos en las prácticas deportivas mediante el fenómeno de los retos en las redes sociales. Estos están muy correlacionados con conceptos como desafío y rendimiento, en los que también se promulga el género. El objetivo es explorar hasta qué punto estos retos deportivos promueven las ideas predominantes sobre la feminidad y la masculinidad, y en qué casos las cuestionan. Utilizamos un conjunto de datos de unos mil videos, compartidos en cuatro plataformas de redes sociales durante el periodo comprendido entre el 1 de enero de 2020 y el 31 de enero de 2021. De este conjunto de datos, se seleccionaron 136 retos marcados como «deporte», «habilidad física» o «fitness». El análisis de contenido, elegido como método de análisis, muestra cómo a través de estos nuevos retos se perpetúan y promueven las diferencias de género tradicionales en lugar de cuestionarlas. En este sentido, a pesar de que las plataformas digitales han creado nuevos espacios simbólicos y expresivos en los que se pueden implementar formas de autorrepresentación e interacción antaño y desarrollar nuevas posibilidades de agencia los retos deportivos en medios sociales, aún no parecen participar plenamente en ese proceso.

Palabras clave: retos en redes sociales, cultura digital, feminidad, masculinidad, deportes.

1. Gender, sports, and new challenges

Sport is one of the privileged social areas in which gender is defined, since it is the educational tool that enables socialization processes and contributes towards building identities, and in which the dominant values that support a binary and imbalanced classification of genders (Bifulco & Tuselli, 2017; Chalabaev *et al.*, 2013) tend to be reproduced. Thus, the different expectations linked to the differences between women and men, often attributed to the specific biological traits of the two sexes¹, influence participation in sport practices and their categorization as «feminine sports» and «masculine sports» (Channon, 2012, 2013; Channon & Jennings, 2014; Ferrero Camoletto & Topini, 2020; Matthews, 2011; Spencer, 2012).

In this regard, the direct link between sport and the construction of corporeality is relevant: the appropriateness of the disciplines is based upon the characteristics and aptitudes they require and upon the type of physicality that the training develops. Such qualities as strength, autonomy, perseverance, and leadership, exercised for instance in a contact sport like rugby or football, would be the domain of males (Bifulco & Tuselli, 2017); elegance, gracefulness, agility, harmony, and flexibility, developed through such sports as rhythmic gymnastics, aerobics, or pilates, would instead be appropriate characteristics for females (Chalabaev *et al.*, 2013; Connell, 1987; Weedon, 1999). In other words, for women, the work on the body is such as to limit the development of physical strength, since otherwise their appearance would show excessive musculature – an appearance far from the aesthetic standards related to fascination and sensuality, as described by a male perspective

¹ Sex, being a biological difference, has been shown to predict only 5 % of the variance in physical abilities (Eagly, 1995 in Chalabaev *et al.*, 2013). Moreover, the differences between the genders in sporting activities do not inform us on their origin, which can be natural but also environmental (Wood & Eagly, 2012 in Chalabaev *et al.*, 2013). In fact, starting from childhood, males are more encouraged to practise motor activities than females are (Hines, 2004; Knisel *et al.*, 2009 in Chalabaev *et al.*, 2013).

(Bifulco & Tuselli, 2017); on the other hand, what is demanded of men is physical prowess and muscle power – typical cultural signifiers of virility (Evans, 2006; Hargreaves, 1994).

The choice by individuals to practice one sport discipline instead of another therefore tends to be influenced by gender stereotypes, in accordance with what Bem (1981) defines as a «gender schema»: based on this, people are led to interpret events and orient their behaviour as a function of the conventionally constructed distinction between men and women. This is true especially for «sex-typed» individuals – that is masculine males and feminine females (*ibidem*), who code and organize information by choosing activities conforming to their sex more than «non-sex-typed» individuals do (Chalabaev *et al.*, 2013).

The different social expectations linked to gender also influence the role that sport practices take on in society (Ferrero Camoletto & Topini, 2020; Messner, 1990). In particular, the sports traditionally considered under the male domain enjoy greater prestige in terms of visibility; female sports, on the other hand, still receive less media coverage in both quality and quantity (Duncan & Hasbrook, 1988; Duncan & Messner, 2000; Eastman & Billings, 2000; EIGE, 2017; Kane & Lenskyj, 1998; Lee *et al.*, 2020; McKay, 1993; Messner, 2002). In the Western context, several years of sport media research have highlighted that broadcast media (such as print media and tv) tend to underrepresent sportswomen (Antunovic & Bartoluci, 2022; Braumüller *et al.*, 2020; Bruce, 2013; Lavoie, 2013; Toft, 2011). In this regard, female athletes receive far less day-to-day coverage across various media channels (Braumüller *et al.*, 2020). Several longitudinal studies have also underlined that media coverage of sportswomen has even declined in recent decades (Cooky *et al.*, 2021; Weber & Carini, 2013). Unsurprisingly, the coverage of sport traditionally considered within the male domain (e.g. those associated with traits such as strength or speed) but played by women is much less than coverage of female athletes in traditionally feminine sports (Kane, 1995; Lavoie, 2013). In addition, media tend to portray sportswomen as sexualized and objectified, perpetuating stereotypical images (Weber & Carini, 2013). In this regard, the little amount and the inadequate quality of sportswomen media coverage seem to be in line with the traditional idea that «sport media is a male domain that produces coverage by men, for men, and about men» (Bruce, 2013, p. 128).

Looking at the universe of digital platforms, a similar picture emerges: the accounts of major sports networks and public service in Europe, the United States, Canada, and the United Kingdom devote almost residual space to sports played by women compared to those played by men (Cooky *et al.*, 2021; Rojas-Torrijos & Ramon, 2021; Romney & Johnson, 2020; Sheffer, 2020); when female athletes are featured they are often shown alongside their male counterparts, as if female athleticism should be made authoritative by association with men (Burroughs *et al.*, 2022).

Altogether, this literature has shed light on the persistence of gender inequality and problematic patterns of representation in the media, which thus reinforce the idea that there are «feminine» sports and «masculine» sports and that the latter have more social prestige.

Despite this, recent years have seen several attempts to reduce gender disparities in sports, with the consequent diversification of the disciplines practised by women – including disciplines once considered strictly male (Bifulco & Tuselli, 2017; Ferrero Camoletto & Topini, 2020) – and the emergence of activities that base their training upon equal conceptions of men's and women's bodies, like CrossFit (Bifulco & Tuselli, 2017).

Sport performance is, in this sense, to be considered an enactment that has not only physical value, but symbolic and social value as well. Sports, then, are configured both as *gendered institutions*, founded upon unbalanced gender relationships that, as such, are affected in their own structures by the dominant values and conceptions of masculinity and femininity, and as *gendering institutions* which, on the other hand, contribute towards defining the very concept of gender – and are thus capable of redefining it by overturning the dominant narratives (Messner, 1990).

If sport is to be considered as an enactment of corporeality, its representation today takes place through practices that exploit new expressive potentials provided by the digital platforms. Among the latest forms of online participation, social media challenges – a relatively new and little studied phenomenon where the concept of challenge is articulated through the lens of play and creativity – have been a focus of attention. More precisely, a social media challenge is a digital content built upon playful challenges and/or dares that encourage users, individually or in group, to creatively (re) interpret a performance and share it on their social network sites (Burgess *et al.*, 2018; Schlaile *et al.*, 2018).

The literature still offers no definition that frames them in generalizable fashion, nor a classification of the different articulations they take on in the universe of social network sites. In fact, the phenomenon of online challenges has seen a rapid, global spread (Burgess *et al.*, 2018; Schlaile *et al.*, 2018; Wombacher *et al.*, 2017) while taking on a variety of configurations: from playful challenges to risk challenges (which have attracted enormous media coverage); from solidary challenges (like the Ice Bucket Challenge) to those with commercial and marketing purposes (Schlaile *et al.*, 2018; Wombacher *et al.*, 2017).

Looking to the participatory dynamics, according to the (few) studies carried out thus far, the performance takes place via imitative mechanisms guided by a tension between the will to fit within a scheme of socially accepted normality and the desire to express one's individuality in a distinctive and original way (Burgess *et al.*, 2018). Challenges are interpreted as creative and inclusive acts described in terms of fun (Giordano *et al.*, 2016; Klug, 2020), happiness, and excitement (Burgess *et al.*, 2018). They are lived as collective experiences (Giordano *et al.*, 2016; Klug, 2020) through which to interact with others and to express – not always consciously (Giordano *et al.*, 2016) – one's own affiliation (Burgess *et al.*, 2018; Jarrar *et al.*, 2020; Wombacher *et al.*, 2017). Furthermore, peer action as an incentive for participation operates more in terms of influence than of pressure (Branley & Covey, 2017; Branley & Covey, 2018; Wombacher *et al.*, 2017).

In this context, sport social media challenges are a particular type of challenge in which participants exhibit physical abilities cutting across various disciplines while engaging in activities attributable to specific sports. Considering this, it is important to investigate the relationship between sport and gender through the phenomenon of the social media challenges which, by their very nature, refer to concepts of challenge and performance in which gender (also) is enacted.

As stated by many authors, sport is perceived to be a «contested terrain» which involves traditional ideals of men and women's physical capabilities, with the result that participation in specific sports disciplines is still restricted by social norms and expectations (Sailors *et al.*, 2016). In this regard, the present article intends to explore whether or not sport social media challenges are spaces of and opportunities for agency where participants can reject narrow constructs of femininity and

masculinity, subverting and even challenging gender stereotypes. We hope that addressing this issue will contribute to the current debate concerning the sociocultural relationship between sport, gender and influences of media and society on sports gender typing (Xu *et al.*, 2021).

2. Objectives and methodology: an analysis of the visual content

Based on the reference literature, the objective of our research is to investigate online sport challenges from the gender perspective, focusing attention on performance. Consequently, the questions to be answered with this paper are as follows: do sport social media challenges re-propose the dominant ideas on femininity and masculinity typically present in the sports environment? Are there cases where these assumptions are called into question?

With respect to this, the intent is exploratory, since the literature on social media challenges is still quite limited, and there are no indications on the role these performances might play as tools for (re) negotiating social gender norms.

To achieve these objectives, we chose to use as a starting base a dataset of about one thousand videos worldwide². Shared on four social networking platforms – *Facebook*, *Instagram*, *TikTok* and *YouTube* – during the period between 1 January 2020 and 31 January 2021, the content was collected with «webscraping» technique, using the following English keywords: #challenge, #dares, #videochallenge, #viralchallenge, #socialchallenge, #socialdares, #viraldares, #viraltiktok, #tiktokchallenge, #riskychallenge, #dareschallenge, #challengeaccepted, #memeschallenge. From this dataset, only the social media challenges marked for «sport,» «physical ability,» or «fitness» were selected, for a total of 163 videos. This number was later reduced to 136 following a check that found the presence of seven contents not wholly consistent with the outlined objectives, and because twenty videos had been removed from the platforms and were therefore no longer available for additional analysis.

To investigate the corpus that was thus composed, the methodological choice was made to use content analysis, since it appears the most appropriate for «[...] un'analisi che tenti di cogliere eventuali pregiudizi o modalità stereotipiche di rappresentazione di specifiche realtà o categorie sociali»³ (Losito, 1996, p.10). In line with this, content analysis represents an extremely versatile technique, which allows for qualitative research together with quantitative ones (Faggiano, 2016), within the same research experience. Indeed, the interpretative nature of this type of analysis allows «latent contents» of messages to emerge. The researcher is then left with the task of penetrating the sphere of more complex meanings, whatever the type of message and whatever the communicative codes that generate it (Losito, 1996).

2 The data were gathered as part of a broader research – conducted at the Department of Communication and Social Research (CORIS), Sapienza University of Rome, principal investigator Professor Paola Panarese – aimed at framing the phenomenon of social media challenges in a sociological perspective.

3 An analysis that attempts to grasp any prejudices or stereotypical modes of representation of specific realities or social categories.

A data collection sheet was then created, through which the audiovisual content was coded by type of sport and challenge and by number, age and gender of participants, along with a brief description of the creative performance (cf. Appendix 1).

In particular, with reference to type of sport, we conducted an initial content analysis of the videos based on a primary classification scheme. To reach a reasonable degree of agreement on the classification procedure, we first cross-checked the categorization process for videos related to different sports disciplines, discussing the coding of different types of videos. For instance, we modified and extended the initial sport categories during the coding process based on the presence of specific sport practices. Although some sport categories such as tennis, basketball, or football were relatively straightforward to classify, we reclassified some videos after an extra check based upon a subsequent overview of the sport categories.

As far as participants' gender is concerned, this was determined by visually assessing gender expression and examining the pronouns used by the participants to describe themselves, together with the title and description of the videos, keeping in mind that users' gender could not be conclusively verified as we were not able to ask them about their gender. As a result, we adopted a female/male binary coding, albeit knowing that this is partial and not fully representative.

The analysis made it possible first and foremost to map the sport practices that were enacted and (re)interpreted in the four social network sites taken into consideration, highlighting the presence of a multiplicity of categories ranging from group disciplines like football or basketball, to activities focusing on the individual's physical endurance or agility.

Although there are some obvious limitations with the chosen sample (for instance, the small number of content items analyzed), these videos allow us to explore and describe a phenomenon still under-investigated, fulfilling the purpose of this specific study.

Analyzing these challenges in depth on the basis of the participants' gender allowed correspondence with, or deviation from, the findings in the literature in terms of «masculine» and «feminine» sports (Channon, 2012, 2013; Channon & Jennings, 2014; Ferrero Camoletto & Topini, 2020; Matthews, 2011; Spencer, 2012) and, consequently, the reading of sport social media challenges as *gendered* and/or *gendering institutions* (Ferrero Camoletto & Topini, 2020; Messner, 1990), to be verified. In presenting the main results, particular emphasis will be given to the (few) cases of interest in which females are taking on «male sports» and vice versa.

2.1. Online sport challenges between old and new representations of masculinity and femininity

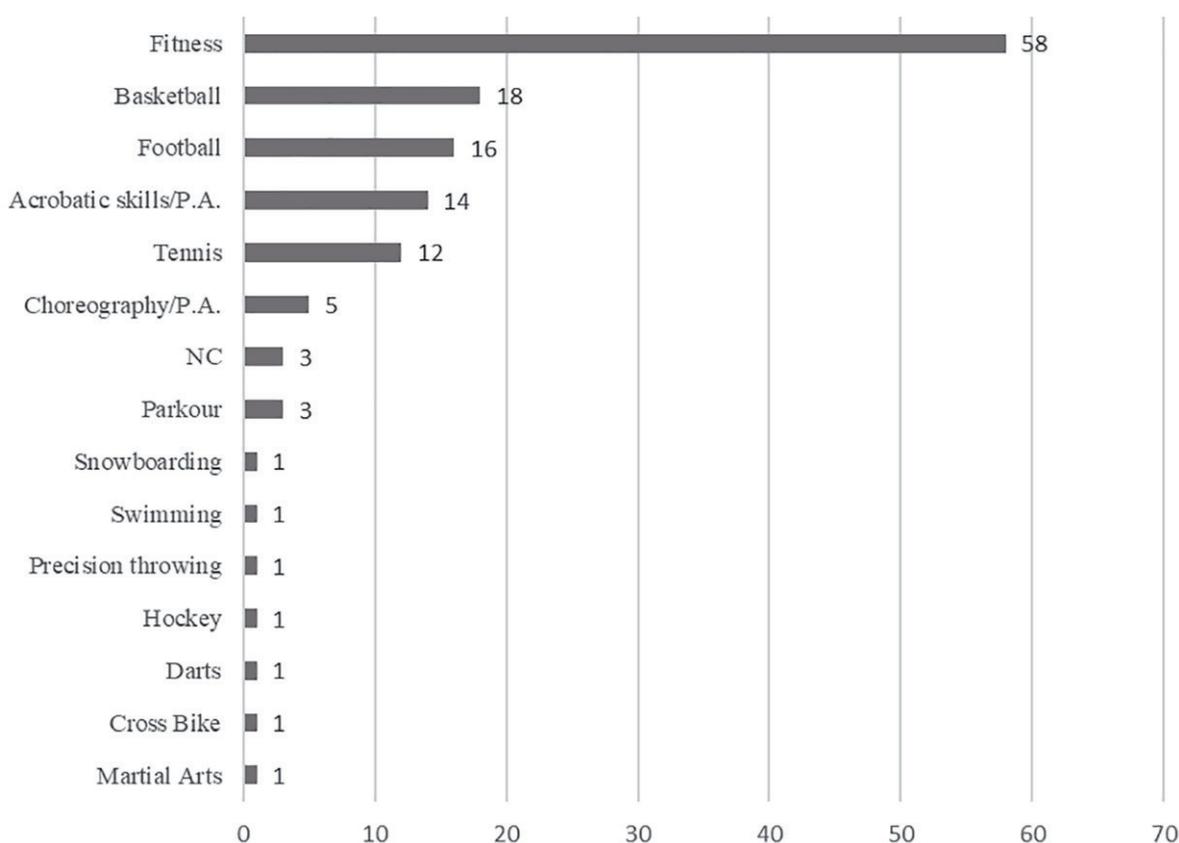
The analyzed videos show a prevalence of male participants. In most of the cases (83), the challenges are in fact undertaken by men, while videos enacting performances by women (33) or by people of both genders (20) are less frequent. At the same time, a predominant number of cases is recorded in which those who take part in the sport challenges decide to do so individually (89); this is followed by videos with two participants (30) and performances in which three or more persons are present (17). In this regard, it is interesting to note that when the videos portray two or more individuals, there

are (albeit rare) cases in which not all the filmed subjects take active part in the challenge, appearing on the scene as spectators.

Taking into consideration the sports disciplines at the centre of the examined online challenges, the data show that the most-represented sport is fitness (58), followed by basketball (18), football (16), practices requiring specific physical or acrobatic abilities (14), and tennis (12). Also present with decidedly lower numbers (from 5 to 1) are challenges connected with other sporting activities or practices, like snowboarding, parkour, martial arts, and so on (cf. Chart 1)⁴.

Chart 1.

Number of videos for sports represented in online sport challenges (absolute values; N=136)

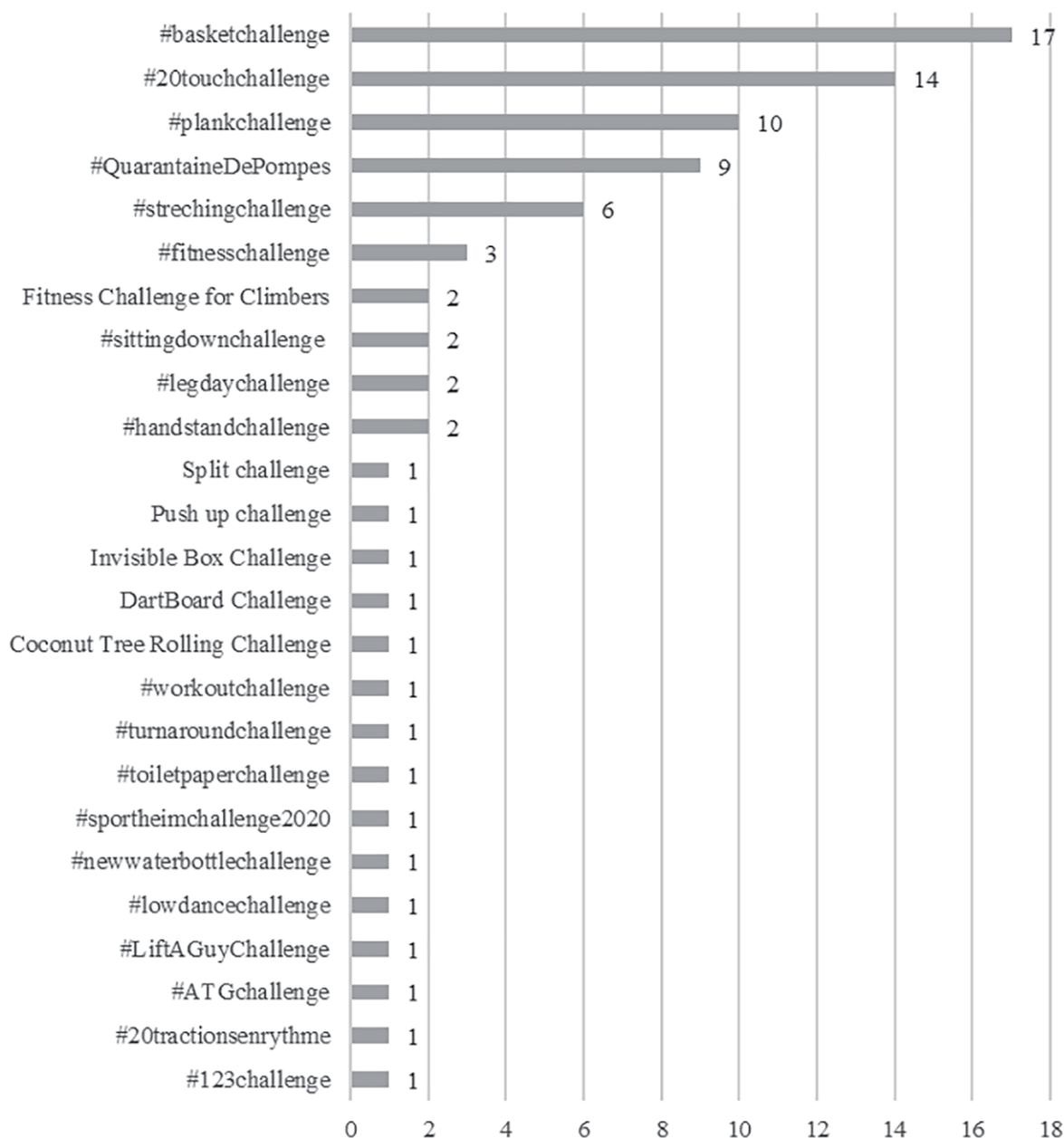


Source. Our processing.

⁴ In the «Acrobatic skills/P.A.» and «Choreography/P.A.» categories, we included social media challenges related to practices requiring physical or acrobatic abilities that are cross-sectorial and not attributable to a specific sports discipline. Moreover, the category «N. C. (Not Classifiable)» refers to videos in which participants perform a series of exercises relating to different sports.

Chart 2.

Number of videos for particular named challenges (absolute values; N=82)⁵



Source. Our processing.

The analysis appears to show that sport social media challenges are more common on digital platforms like *Facebook* (49), *TikTok* (38), and *YouTube* (37), contrary to what takes place on *Instagram* (12). Lastly, participatory practices of this type show no particular distinctions as relates to age, thus being a transversal phenomenon, involving a public of adults, youths, and adolescents, as well as boys and girls.

⁵ Please note that, in this case, the total number of videos does not match the total number of analyzed videos, due to the fact that not all the videos reported specific hashtags or titles explaining the challenge performed. Furthermore, the hashtag «#20touchchallenge» is related to both tennis and football videos.

With the aim of more deeply examining the relationship between the dominant models of masculinity and femininity (Bifulco & Tuselli, 2017) and the sport-related online challenges, the data were analyzed on the basis of the protagonists' gender. As concerns the social network sites on which the videos were posted, some differences are found while the videos uploaded onto *Facebook* and *YouTube* show sport challenges performed by an overwhelming male majority (37 vs 8 and 27 vs 2, respectively), those posted on *TikTok* show a higher number of performances enacted by female participants (18 vs 12). Meanwhile, on *Instagram*, the number of videos with male (7) and female (5) protagonists is more or less equal. The data that emerged as to the gender of the videos' protagonists appear to be in line with the findings about social media and gender users: *Facebook* users are prevalently men (56.6% vs 43.4%) and *TikTok*'s are predominantly female (57% vs 43%), while *Instagram* shows only a slight difference between male and female users (51% vs 49%) (We Are Social, & Hootsuite, 2022).

By observing the sport disciplines from the gender perspective, light may be cast on the presence of «sports considered more male or more female (or deemed more suited to male or female participation)» (Ferrero Camoletto & Topini, 2020) in the sport social media challenges as well. In fact, our analysis reveals that nearly all the participants in the online challenges relating to sports like football and basketball are men (with very rare exceptions), confirming that these sports continue to be viewed as «masculine sports» in digital environments as well. To the contrary, the case of the sport challenges focusing on exercises connected to tennis⁶, a practice traditionally considered «gender-neutral,» which is to say suited to both men and women (Monaci & Veronesi, 2019), appears rather unusual: all of tennis-related videos (12) show exclusively male participants.

However, beyond the gender differences linked to sports in general and to the specific disciplines in particular, a higher presence of male protagonists in the examined videos might be a consequence of the fact that, as various studies have shown, men tend to accept a challenge more easily since they present higher levels of competitiveness and domination (Pellegrini & Archer, 2005).

A sport practice that emerges as more balanced in male and female participation is fitness. Though it is not our intention within the framework of this article to start a discussion about the notion of fitness, it is important to underline that fitness represents a blurry concept, difficult to define in a unanimous manner as the term is used in different disciplines (such as medicine, biology, sociology, economics, etc.) with specific meaning (Scheerder *et al.*, 2020). For the purpose of this study, we intend fitness as:

a general term embracing physical exercises, being either individual programmes or in-group classes [...] with the aim to train, develop and maintain the body and muscle groups in order to improve one's physical condition, health and performance. Fitness includes different activities ranging from classic fitness variants, such as aerobics, spinning, cardio, strength, and figure training, together with a number of relaxation activities variants like massage and yoga. [...]. Together with outdoor activities, fitness activities constitute the so-called sub-sector of 'active leisure', which in turn is a sub-set of the sports sector (Scheerder *et al.*, 2020, pp. 11-13).

⁶ In our research all the tennis-related content are videos depicting the so-called #20touchchallenge – a challenge in which participants have to bounce a roll of toilet paper on their tennis rackets twenty times.

In fitness-related performances, exactly the same number of videos with male (25) and female (25) protagonists is recorded, in addition to eight more performances in which subjects of both genders are present. In this direction, although fitness has played anything but a secondary role in the significant increase in female sporting activity in recent decades (Bifulco & Tuselli, 2017), the analyzed videos cast light on the existence of established models of appropriateness or inappropriateness linked to the practiced disciplines. In this regard, it is noteworthy that, in the context of the online sport challenges connected to fitness, some challenges named #stretchingchallenge (6) or #legdaychallenge (2), marked by a clear reference to such «typically feminine» properties as agility and elasticity, are the exclusive domain of women, contributing towards the stereotypical representation and the perpetuation of a female aesthetic standard (*Ibidem*). At the same time, fitness challenges linked to muscular strength and physical endurance – qualities that are known to be included among the «typically male» properties – see a clear predominance of male participants. Such challenges are, for instance, the #pushupchallenge (1) or the #QuarantaineDePompes (9) in which participants are required to perform forty consecutive push-ups to a musical beat, and the «Fitness Challenge for Climbers» (2) – one hundred pull-ups, one hundred sit-ups, one hundred push-ups, and one hundred squats performed as quickly as possible.

In spite of the persistence of gender distinctions in the area of fitness-related online sport challenges, light can also be cast on the presence of an activity that appears to break with the pattern, calling into question the preponderant conception of exclusively male possession of specific bodily abilities. This is the case of the so-called #plankchallenge (10) – a set of challenges that propose performing a series of exercises whose objective is to maintain the body in prone position, horizontal, supported by one's forearms, elbows, and feet – where men and women compete on an equal footing, with a neutral approach to strength and endurance, and at times performing together in pair or group. Based on these characteristics, «planking» appears to be genderless, contributing towards a redefinition of the concepts of masculinity and femininity that persist on the sports landscape to this day (Bifulco & Tuselli, 2017).

In keeping with this possible opening towards new horizons, the analysis emphasized the presence of eight performances in which the subjects taking part in an online sport challenge show an unconventional approach to the relationship between sport, body, and gender roles. More specifically, there are six cases in which female subjects take part in challenges connected to sports traditionally considered as male, such as football, basketball, and the martial arts (Chalabaev *et al.*, 2013; Connell, 1987; Weedon, 1999), or in practices typically associated with male qualities and abilities like strength and power (*Ibidem*). It is interesting to note how, in the performance relating to football, the video shows a young man and a young woman performing the same exercises together, offering a glimpse of a non-asymmetrical relationship between the genders. Another particularly significant case is that relating to the video showing a man and woman engaged in a gymnastic exercise requiring specific physical abilities, in which the female participant must maintain her male partner balanced on her knees, thus demonstrating an explicit overturning of gender roles and models. Equally indicative is the performance showing a young woman engaged in performing a «plank» exercise with another female subject placed on top of her, thereby transmitting an idea of strength and an image of physical endurance typical of male imagery. In all six performances, the female protagonists manage to successfully complete the challenge, demonstrating that men and women are capable of achieving the same results (also in given sport disciplines), beyond the presumed characteristics and abilities associated with their own gender.

Lastly, there are two performances in which some male participants take on the so-called #stretchingchallenge which, as already mentioned, has a strong «female connotation» since it is associated with such characteristics as agility and elasticity. While in one case the challenge sees the participation of a group composed of two young women and three young men taking turns to perform the exercise, in the other the participant appears to accept the challenge with a sense of «irony» since, being unable to perform the required exercise (raising his leg as high as possible), he relies on an apparatus to help him complete it.

These examples, although in the minority on the landscape of sport social media challenges analyzed, contribute towards highlighting the fact that sport is not just an arena where gender stereotypes are proposed and reproduced, but also an environment in which forms of change can be built, by enacting new ways of understanding gender and the very concepts of femininity and masculinity.

3. «This challenge is for boys»... or maybe not?

An overall reading of the data shows that sport social media challenges appear to be configured more as *gendered* than as *gendering institutions*. In fact, in the examined videos, the traditional gender differences that may be encountered in sports appear perpetuated rather than called into question by participation in the various challenges, at times also explicitly through the comments of the protagonists themselves. This is what takes place, for instance, in one of the analyzed videos, in which girls are almost forbidden to take part in one of the challenges, with the statement that «this challenge is for boys»⁷.

In this sense, although digital platforms have permitted the creation of symbolic, expressive, and narrative spaces in which once unthinkable forms of self-representation and interaction (Cooper & Dzara, 2010; Farris *et al.*, 2020; Mowlabocus, 2010) can be implemented, and in which new possibilities of agency (Burgess *et al.*, 2016; Scarcelli *et al.*, 2021) are developed, sport social media challenges do not yet appear to be fully involved in that process. Although it is a new phenomenon that originates from these platforms, the data actually show forms of participation and representation of sport challenges that in fact do not deviate greatly from the traditional gender stereotypes.

However, in a framework that appears to reflect what is documented offline, there is some element of novelty. In fact, within the context of fitness, the #plankchallenge – which, for its required qualities, might be included among the activities seen as «male» – appears instead to be configured as neutral ground in which both men and women compete, at times challenging one another, thus pointing to a partial opening towards new concepts of corporeality.

Moreover, although extremely limited in number (8 videos out of 136), there are cases characterized by the attempt to call the classic gender norms into question, providing points for reflection and opening various scenarios for investigation. It bears emphasizing that there are more cases in which women are making forays into sports with a traditional male prevalence (football, basketball, martial arts) than the other way around, perhaps also in connection with the widespread association between sport and the male universe (Bifulco & Tuselli, 2017). In this direction, as made clear by the

7 «Last to fall in the pool wins \$10,000 challenge **freezing**»: <https://www.YouTube.com/watch?v=aFXhBpz6RHo>

European Institute for Gender Equality, sport can also be used as a means to reduce gender gaps, for example by increasing opportunities for women and girls to access public spaces where they can meet, develop new skills, be supported by others, and enjoy freedom of expression and movement (EIGE, 2017). Sport's connotation as a *gendering institution* is reflected, for instance, in what is taking place in the area of women's football, in which the discipline practised by women is seeing ever-greater acceptance and becoming increasingly widespread, due to the combined presence of three factors that feed off one another: growing interest from the various audiences, higher numbers of professional female athletes, and greater media coverage. The sold-out women's football match played between the Real Madrid and Barcelona teams at Camp Nou (even if perhaps still limited to a specific territorial context); the recent news of the completion by the *Federal Council of Federazione Italiana Giuoco Calcio* (FIGC) of the rule changes permitting passage to professional status for women's Serie A starting next season⁸; or the extensive coverage dedicated by the media to the 2019 Women's World Football Cup, which was held in France, are all relevant in this connection.

These findings are at any rate to be read while taking account of the limitations of the research. First of all, the issue was not investigated using specific keywords relating to the sports challenges, since a dataset relating to a broader investigation was employed, aimed at more deeply analyzing the online challenges in their general connotation. This results in a vision that is partial and non-representative of the phenomenon in its entirety, thus raising the need for more targeted censusing. In particular, the data on the challenges relating to tennis (#20touchchallenge), which here, unlike what was found in the literature, appears as a «male sport,» might be a distortion caused by the fact that the specific hashtag was not used in gathering the videos, or might equally derive from men's greater propensity to enact their gender identity through the dimension of the challenge (Messner, 1990; Pellegrini & Archer, 2005).

Another aspect that would require more attention is the presence of men taking on sports traditionally seen as «for females,» since it leaves open certain questions as to the possibility that sport social media challenges might also yield phenomena of both *mansplaining*⁹ (Solnit, 2014) and *menspreading*¹⁰ (Jane, 2017), as opposed to an effective questioning of gender norms. However, the extremely limited number of content items (two videos) that we surveyed does not allow reflection as to the meaning that this apparent role «reversal» might have to be expanded upon here; it is a direction that might be interesting to follow in future research efforts.

Lastly, starting from the awareness that, through analysis of content, only a partial vision of the phenomenon in question is obtained, it appears necessary both to read the gathered analysis units in greater depth, and to broaden the study with reference to the reading that the various audiences make of this content. Precisely to overcome this limitation, the next step in the research will focus on the audiences' reactions, with particular attention to the videos in which the gender order is called

8 In this regard, see «Ufficiale: il calcio femminile passa al professionismo», SkySport, 04/26/2022, <https://sport.sky.it/calcio/femminile/2022/04/26/calcio-femminile-italia-professionismo>

9 The term *mansplaining* refers to the act of explaining something in a patronizing and arrogant way. In most cases, it is the man who plays the role of expert, feeling himself to be more competent and qualified, and therefore authorized to impart unsolicited explanations and teachings to women (Joyce et al., 2021; Reagle, 2016; Weatherall, 2015).

10 Understood as symbolic for «what is argued to be men's tendency to take up more than their fair share of literal and metaphorical social space» (Jane, 2017, p. 460).

into question, in order to verify whether or not there are sexist or micromachist¹¹ elements, and also in cases where there are no forms of scornful and derisory denigration towards the participants in the challenges. The intent is to understand to what extent, in these new participatory practices, we are witnessing a transformation and rearticulation of the meanings and of the very concepts of femininity and masculinity.

References

- Antunovic, D. & Bartoluci, S. (2022). Sport, gender, and national interest during the Olympics: A comparative analysis of media representations in Central and Eastern Europe. *International Review for the Sociology of Sport*. <https://doi.org/10.1177/10126902221095686>
- Bem, S. L. (1981). Gender schema theory: a cognitive account of sex typing. *Psychological Review*, 88, 354-364. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.88.4.354>
- Bifulco, L. & Tuselli, A. (2017). Corpi sportivi e identità di genere. Il Crossfit. *La camera blu. Rivista di studi di genere*, 17, 254-282.
- Bonino, L. (1996). La violencia invisible en la pareja. 1as. Jornadas de género en la sociedad actual, Generalitat Valenciana, 25-45.
- Branley, D. B. & Covey, J. (2017). Is exposure to online content depicting risky behavior related to viewers' own risky behavior offline?, *Computers in Human Behavior*, 75, 283-287. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.05.023>
- Branley, D. B. & Covey, J. (2018). Risky behavior via social media: The role of reasoned and social reactive pathways. *Computers in Human Behavior*, 78, 183-191. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.09.036>
- Braumüller, B., Emberger, D. & Hartmann-Tews, I. (2020). Gendered coverage of the Olympic Games in German print media: a longitudinal content analysis in the context of participation, success and disciplines. *European Journal for Sport and Society*. <https://doi.org/10.1080/16138171.2020.1792086>
- Bruce, T. (2013). Reflections on communication and sport: On women and femininities. *Communication and Sport*, 1(1-2), 125-137. <https://doi.org/10.1177/2167479512472883>
- Burgess, A., Miller, V. & Moore, S. (2018). Prestige, Performance and Social Pressure in Viral Challenge Memes: Neknomination, the Ice-Bucket Challenge and SmearForSmear as Imitative Encounters. *Sociology*, 52(5), 1035-1051. <https://doi.org/10.1177/0038038516680312>
- Burgess, J., Cassidy, E., Duguay, S. & Light, B. (2016). Making digital cultures of gender and sexuality with social media. *Social Media and Society*, 2(4), 1-4. <https://doi.org/10.1177/2056305116672487>
- Burroughs, B., Malik, M., Johnson, R. & Romney, M. (2022). Content analysis of biological sex-specific media coverage of sport: The case of National Collegiate Athletic Association athletic department home webpages. *International Review for the Sociology of Sport*, 57(5), 673-692. <https://doi.org/10.1177/10126902211029612>

¹¹ The term «micromachismo» is understood as a set of subtle, imperceptible and invisible attitudes of sexism and inequality with respect to women (Bonino, 1996; Sue, 2010).

- Chalabaev, A., Sarrazin, P., Fontayne, P., Boiché, J. & Clément-Guillotin, C. (2013). The influence of sex stereotypes and gender roles on participation and performance in sport and exercise: Review and future directions. *Psychology of Sport and Exercise*, 14, 136-144.
<https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2012.10.005>
- Channon, A. (2012). Western men and Eastern arts: The significance of Eastern martial arts disciplines in British men's narratives of masculinity. *Asia Pacific Journal of Sport and Social Science*, 1(2-3), 111-127.
<https://doi.org/10.1080/21640599.2012.751170>
- Channon, A. (2013). Enter the discourse: Exploring the discursive roots of inclusivity in mixed-sex martial arts. *Sport in Society Journal*, 16(10), 1293-1308.
<https://doi.org/10.1080/17430437.2013.790896>
- Channon, A. & Jennings, G. (2014). Exploring embodiment through martial arts and combat sports: a review of empirical research. *Sport in Society Journal*, 17(6), 773-789.
<https://doi.org/10.1080/17430437.2014.882906>
- Connell, R. W. (1987). *Gender and Power. Society, the Person and Sexual Politics*. Polity Press.
- Cooky, C., Council, L. D., Mears, M. A. & Messner, M. A. (2021). One and Done: The Long Eclipse of Women's Televised Sports, 1989-2019. *Communication & Sport*, 9(3), 347-371.
<https://doi.org/10.1177/21674795211003524>
- Cooper, M. & Dzara, K. (2010). The Facebook revolution: LGBT identity and activism. In Pullen, C. & Cooper, M. (Eds.). *LGBT identity and online new media*, 100-112. Routledge.
- Duncan, M. C. & Hasbrook, C. A. (1988). Denial of Power in Televised Women's Sports. *Sociology of Sport Journal*, 5(1), 1-21.
<https://doi.org/10.1123/ssj.5.1.1>
- Duncan, M. C. & Messner, M. A. (2000). *Gender in Televised Sports: 1989, 1993, and 1999*. Amateur Athletic Foundation of Los Angeles.
- Eagly, A. H. (1995). The science and politics of comparing women and men. *American Psychologist*, 50, 145-158/
<https://doi.org/10.1037/0003-066X.50.3.145>
- Eastman, S. T. & Billings, A. C. (2000). Sportscasting and Sports Reporting: The Power of Gender Bias. *Journal of Sport and Social Issues*, 24(2), 192-213.
<https://doi.org/10.1177/0193723500242006>
- EIGE (2017). Gender Equality Index 2017: Measuring gender equality in the European Union 2005-2015 - Report. <https://eige.europa.eu/publications/gender-equality-index-2017-measuring-gender-equality-european-union-2005-2015-report>
- Evans, B. (2006). «I'd feel ashamed': Girls' bodies and sports participation. *Gender, Place & Culture*, 13(5), 547-561.
<https://doi.org/10.1080/09663690600858952>
- Faggiano, M. P. (2016). *L'analisi del contenuto di oggi e di ieri. Testi e contesti on e offline*. FrancoAngeli.
- Farris, D. N., Compton, D'L. R. & Herrera A. P. (2020). *Gender, Sexuality and Race in the Digital Age*. Springer.
<https://doi.org/10.1007/978-3-030-29855-5>
- Ferrero Camoletto, R. & Topini, F. (2020). Che genere di sport? Fare e disfare il genere nelle pratiche sportive. *Riviste di Sessuologia*, 44 (1), 41-49.
- Giordano, V., Panarese P. & Parisi, S. (2016). (a cura di) *Rischio, trasgressione, avventura. Esperienza e percezione del limite tra gli adolescenti*. Franco Angeli.
- Hargreaves, J. (1994). *Sporting Females. Critical issues in the history and sociology of women's sports*. Routledge.

- Hines, M. (2004). Androgen, Estrogen, and Gender: Contributions of the Early Hormone Environment to Gender-Related Behavior. In A. H. Eagly, A. E. Beall, & R. J. Sternberg (Eds.), *The psychology of gender* (pp. 9–37). The Guilford Press.
- Jane, E. A. (2017). 'Dude ... stop the spread': antagonism, agonism, and #manspreading on social media. *International Journal of Cultural Studies*, Vol. 20(5), 459–475.
<https://doi.org/10.1177/13678779166637151>
- Jarrar, Y., Awobamise, A., Nnabuife, S. & Nweke, G. E. (2020). Perception of Pranks on Social Media: Clout-Lighting. *Online Journal of Communication and Media Technologies*. 10(1), e202001.
- Joyce, J. B., Huma, B., Ristimaki, H., Ferraz de Almeida, F. & Doehring A. (2021). Speaking out against everyday sexism: Gender and epistemics in accusations of «mansplaining». *Feminism & Psychology*, 31(4), 502–529.
<https://doi.org/10.1177/0959353520979499>
- Kane, M. J. (1995). Resistance/Transformation of the oppositional binary: Exposing sport as a continuum. *Journal of Sport and Social Issues*, 19(2), 191–218.
<https://doi.org/10.1177/019372395019002006>
- Kane, M. J. & Lenskyj, H. (1998). Media Treatment of Female Athletes: Issues of Gender and Sexualities. *MediaSport: Cultural Sensibilities and Sport in the Media Age*. Routledge, 186–201.
- Klug, D. (2020). «It took me almost 30 minutes to practice this». Performance and Production Practices in Dance Challenge Videos on TikTok, *ArXiv*. /arXiv.2008.13040
<https://doi.org/10.33767/osf.io/j8u9v>
- Knisel, E., Opitz, S., Wossmann, M. & Keteihuf, K. (2009). Sport motivation and physical activity of students in three European schools. *International Journal of Physical Education*, 46(2), 40–53.
- Lavoi, N. M. (2013). Gender and Sport Media. In E. A. Roper (Eds.), *Gender Relations in Sport* (pp. 39–52). Brill Academic Pub.
https://doi.org/10.1007/978-94-6209-455-0_3
- Lee, P., Westcott, K., Wray, I. & Raviprakash, S. (2020). Women's sport gets down to business. On track for rising monetization. *Technology, Media and Telecommunications predictions 2021*, Deloitte, 52–67.
- Losito, G. (1996). *L'analisi del contenuto nella ricerca sociale*. FrancoAngeli.
- Matthews, C. R. (2011). The thrill of the fight: sensuous experiences of boxing: Towards a sociology of violence [PhD Thesis, Loughborough University]. https://repository.lboro.ac.uk/articles/thesis/The_thrill_of_the_fight_-_sensuous_experiences_of_boxing_-_towards_a_sociology_of_violence/9604763
- McKay, J. (1993). «Marked Men» and «Wanton Women»: The Politics of Naming Sexual «Deviance» in Sport. *The Journal of Men's Studies*, 2(1), 69–87.
<https://doi.org/10.3149/jms.0201.69>
- Messner, M. A. (1990). Boyhood, organized sports, and the construction of masculinities. *Journal of Contemporary Ethnography*, 18(4), 416–444.
<https://doi.org/10.1177/089124190018004003>
- Messner, M. A. (2002). *Taking the Field: Women, Men, and Sports* (NED–New edition, Vol. 4). University of Minnesota Press. <http://www.jstor.org/stable/10.5749/j.ctttssgq>
- Monaci, M. G. & Veronesi, F. (2019). Getting angry when playing tennis: Gender differences and impact on performance. *Journal of Clinical Sport Psychology*, 13(1), 116–133.
<https://doi.org/10.1123/jcsp.2017-0035>
- Mowlabocus, S. (2010). *Gaydar Culture: Gay Men, Technology and Embodiment in the Digital Age*. Ashgate.

- Pellegrini, A. D. & Archer, J. (2005). Sex differences in competitive and aggressive behavior: A view from sexual selection theory. In B. J. Ellis & D. F. Bjorklund (Eds.), *Origins of the social mind: Evolutionary psychology and child development* (pp. 219–244). The Guilford Press.
- Reagle, J. (2016). The obligation to know: From FAQ to Feminism 101. *New Media & Society*, 18(5), 691–707.
<https://doi.org/10.1177/1461444814545840>
- Rojas-Torrijos, J. L. & Ramon, X. (2021). Exploring agenda diversity in European public service media sports desks: A comparative study of underrepresented disciplines, sportswomen and disabled athletes' coverage on Twitter. *Journalism Studies* 22(2): 225–242.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1809497>
- Romney, M. & Johnson, R. G. (2020). The ball game is for the boys: The visual framing of female athletes on national sports networks' Instagram accounts. *Communication & Sport* 8(6), 738–756.
<https://doi.org/10.1177/2167479519836731>
- Sailors, P. R., Teetzel, S. & Weaving, C. (2016), Core Workout: A Feminist Critique of Definitions, Hyperfemininity, and the Medicalization of Fitness. *IJFAB: International Journal of Feminist Approaches to Bioethics*. 9(2), 46–66.
<https://doi.org/10.3138/ijfab.9.2.46>
- Scarcelli, C. M., Krijnen, T. & Nixon, P. (2021). Sexuality, gender, media. Identity articulations in the contemporary media landscape. *Information, Communication & Society*, 24(8). 1063–1072.
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1804603>
- Scheerder, J., Vehmas, H. & Helsen, K. (Eds.). (2020). *The Rise and Size of the Fitness Industry in Europe. Fit for the Future?* Palgrave Macmillan.
<https://doi.org/10.1007/978-3-030-53348-9>
- Schlaile, M. P., Knausberg, T., Mueller, M. & Zeman, J. (2018). Viral Ice Buckets: A Memetic Perspective on the ALS Ice Bucket Challenge's Diffusion. *Cogn. Syst. Res.*, 52, 947–969.
<https://doi.org/10.1016/j.cogsys.2018.09.012>
- Sheffer, M. L. (2020). New media, old ways: An analysis of sports media's depiction of female athletes on Instagram and Snapchat. *Journal of Sports Media*, 15(2), 31–50.
<https://doi.org/10.1353/jsm.2020.0009>
- Solnit, R. (2014). *Gli uomini mi spiegano le cose. Riflessioni sulla sopraffazione maschile*. Ponte alle Grazie.
- Spencer, D. C. (2012). Narratives of despair and loss: pain, injury and masculinity in the sport of mixed martial arts. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health Journal*, 4(1), 117–137.
<https://doi.org/10.1080/2159676X.2011.653499>
- Sue, D. W. (2010). *Microaggressions in Everyday Life: Race, Gender, and Sexual Orientation*. John Wiley & Sons.
- Toft, D. (2011, October 3). New sports press survey: Newspapers focus narrowly on sports results. *Play the game*. Retrieved from <http://www.playthegame.org/knowledge-bank/articles/new-sports-press-survey-newspapers-focus-narrowly-on-sports-results-5248.html>
- We Are Social, & Hootsuite (2022). *Digital 2022. Global overview report. The essential guide to the world's connected behaviors*. <https://www.hootsuite.com/it/risorse/digital-trends>
- Weatherall, A. (2015). Sexism in Language and Talk-in-Interaction. *Journal of Language and Social Psychology*, 34(4).
<https://doi.org/10.1177/0261927X15586574>
- Weber, J. D. & Carini, R. M. (2013). Where are the female athletes in Sports Illustrated? A content analysis of covers (2000–2011). *International Review for the Sociology of Sport*, 48(2), 196–203.
<https://doi.org/10.1177/1012690211434230>

Weedon, C. (1999), *Feminism, Theory and the Politics of Difference*, Blackwell.

Wombacher, K., Reno, J. E. & Veil, S. R. (2017). NekNominate: Social Norms, Social Media, and Binge Drinking. *Health Communication*, 32, 596-602.
<https://doi.org/10.1080/10410236.2016.1146567>

Wood, W., Eagly A. H. (2012). Chapter two - Biosocial Construction of Sex Differences and Similarities in Behavior. *Advances in Experimental Social Psychology*, 46, 55-123.
<https://doi.org/10.1016/B978-0-12-394281-4.00002-7>

Xu, Q., Fan, M. & Brown, K. A. (2021). Men's Sports or Women's Sports? Gender Norms, Sports Participation, and Media Consumption as Predictors of Sports Gender Typing in China. *Communication & Sport*. 9(2), 264-286.
<https://doi.org/10.1177/2167479519860209>

Semblanza de las autoras

Vittoria Azzarita has a PhD in Communication, Social Research and Marketing at the Department of Communication and Social Research (CoRiS), Sapienza University of Rome, where she is research fellow and collaborates with the Chair of Sociology of Consumer Experience. Her current research interests focus on cultural participation and audience development approaches implemented by cultural organizations at national and international levels, gender, and youth.

Maddalena Carbonari has a PhD student in Communication, Social Research and Marketing at the Department of Communication and Social Research (CoRiS), Sapienza University of Rome. She collaborates with the Chair of Advertising and Brand Communication and Sociology of Consumer Experience and her current research interests focus on: gender and media, youth and cultural practices.

Marta Grasso is Adjunct Lecturer in Branding at the Department of History Anthropology Religions Art History, Media and Performing Arts (SARAS) and collaborator at the Department of Communication and Social Research (CoRiS) of Sapienza, University of Rome with the chair of Advertising and Brand Communication and Sociology of Consumer Experience. She conducts research on gender and media, youth and cultural practices.

Cosimo Miraglia has a PhD in Communication, Research and Innovation at the Department of Communication and Social Research (CoRiS) of Sapienza, University of Rome, where he collaborates with the Chair of Advertising and Brand Communication and Sociology of Consumer Experience. He conducts research on youth, cultural practices, gender and media, and is a member of the Mediamonitor Minors Observatory.



artículos
articles

Mensajes misóginos en los perfiles de TikTok de la prensa española: estudio y percepción por parte de los jóvenes

Misogynistic messages in TikTok profiles of the Spanish press: study and perception by young people

Lizette Martínez Valerio

Universidad Rey Juan Carlos | Camino del Molino, 5, 28942 Fuenlabrada, Madrid, España

 0000-0003-3164-8195 · lizette.martinez@urjc.es

Fechas: Recepción: 19/09/2022 · Aceptación: 24/11/2022 · Publicación: 15/01/2023

Resumen

Las redes sociales se han convertido en una de las principales vías de difusión de contenidos por parte de los medios de comunicación tradicionales. La última en sumarse a ellas es la china TikTok, aupada a fenómeno de masas gracias a la llamada «Generación Z» y a los meses de confinamiento pandémico. Sin embargo, estos entornos en los que tanto tiempo pasan los jóvenes se han convertido también en difusores de discursos de odio, entre ellos, el que se hace en contra de las mujeres, la misoginia. La presente investigación explora a través de grupos de discusión la percepción por parte de los jóvenes de este tipo de mensajes en TikTok, en particular en los perfiles de la prensa española. A su vez, comprueba con un análisis cuantitativo si en los contenidos de dichos perfiles los usuarios dejan mensajes machistas o misóginos. Proponiendo, además, la siguiente clasificación de dichos mensajes: no sexista/misógino, sexista/sexismo benevolente, odio/misógino, acoso y amenazas. Se concluye que los perfiles de la prensa española en TikTok son entornos prácticamente libres de mensajes de odio contra las mujeres, coincidiendo con la percepción expresada por los jóvenes.

Palabras clave: mensajes de odio, misoginia, machismo, redes sociales, TikTok.

Abstract

Social networks have become one of the main ways for traditional media to disseminate content. The latest to join them is the Chinese TikTok, which has become a mass phenomenon thanks to the so-called «Generation Z» and the months of pandemic confinement. However, these environments in which young people spend so much time have also become disseminators of hate speech, including that against women, misogyny. The present research explores through focus groups the perception by young people of this type of messages on TikTok, particularly in the profiles of the Spanish press. In turn, it verifies with a quantitative analysis whether in the contents of these profiles users leave sexist or misogynist messages. It also proposes the following classification of these messages: non-sexist/misogynist, sexist/sexism benevolent, hate/misogynist, harassment and threats. It is concluded that the Spanish press profiles on TikTok are environments practically free of hate messages against women, coinciding with the perception expressed by young people.

Keywords: hate speech, misogyny, sexism, social media, TikTok.

1. Introducción

El periodismo vive desde hace años un cambio permanente, en un ambiente volátil y en un ecosistema de medios dominado por las plataformas *online*. Estos cambios afectan tanto a la práctica de la profesión como al producto. Probablemente, el mayor detonante de todo ello ha sido la llegada de las redes sociales. De esta forma, los medios informativos han respondido al auge de TikTok a partir de 2019 con diferentes estrategias, modelando nuevas formas de acercar el periodismo a la audiencia (Vázquez-Herrero, *et al.*, 2022). Anteriormente, en su adaptación a las redes sociales, los medios han experimentado con el formato de vídeo y de *streaming* a través de plataformas como Twitter o Facebook (Artwick, 2018; García-Avilés & Arias Robles, 2016; Matheson & Wahl-Jorgensen, 2020). También han buscado tener una relación más cercana con los usuarios a través de mensajería instantánea como WhatsApp y Telegram (Boczek & Koppers, 2020; Negreira-Rey *et al.*, 2017). Finalmente, se sumaron a la producción y distribución de contenidos efímeros, primero a través de Snapchat y luego en Instagram Stories (Bayer *et al.*, 2016; Vázquez-Herrero *et al.*, 2019).

A pesar de estos esfuerzos, estudios recientes apuntan a una disminución global de la confianza en los medios informativos (Newman *et al.*, 2020), aunque el consumo de noticias en redes sociales vaya en aumento (Shearer & Grieco, 2019). Esta situación es aún más acusada entre las generaciones más jóvenes, por lo que los medios están intentando llegar a ellos de todas las formas posibles; aunque saben que la información de los medios tradicionales es importante, son menos fieles a éstos que las generaciones anteriores y confían más en las redes sociales (Kalogeropoulos, 2019).

Sin embargo, los medios informativos no son los únicos que han aprovechado el potencial de las redes sociales para acercarse a la audiencia. Estas plataformas se han convertido también en las plazas públicas a las que los usuarios acuden para expresarse prácticamente con total libertad, pudiendo generar cualquier tipo de debate abierto a todo aquel que quiera participar. Pero también son el lugar en el que han encontrado sitio ideologías intolerantes que llenan estos espacios de lenguaje abusivo, denigrante o agresivo, por motivos raciales, xenófobos, de identidad de género, misoginia, entre otras minorías (Cabo Isasi y García Juanatey, 2017, p. 6).

La misoginia, el discurso de odio contra las mujeres, es entendido como el «fomento, promoción o instigación del odio, la humillación o el menosprecio de una mujer o un colectivo de mujeres, así como el acoso, descrédito, difusión de estereotipos negativos, estigmatización o amenaza, y su justificación por razones de sexo o de género» (Comisión Europea contra el Racismo y la Intolerancia, 2016). Las redes sociales han incrementado radicalmente este tipo de mensajes (Ging, 2019). Algunos lo han denominado como «ciberantifeminismo» (Bonet-Martí, 2020), y su estudio se hace de vital importancia, ya que como señala Megías (2020), los discursos de odio no se generan en el vacío y tampoco se limitan a un impacto individual, sino que tienen repercusiones a nivel colectivo, político e institucional.

TikTok se ha convertido en una de las aplicaciones más populares del mundo, con una audiencia más joven que el resto de las redes. Se estima que TikTok cuenta actualmente con 37,3 millones de usuarios de la llamada «Generación Z», y que para 2023 tendrá más usuarios de esta generación nacida entre 1995 y 2015 que otras redes como Instagram (eMarketer, 2021). Olivares-García y Méndez-Majuelos (2020) apuntan al confinamiento debido a la pandemia de SARS-COV2 como un factor determinante para su implantación. Se trata de una red social en la que se comparten vídeos

cortos en formato vertical, mayoritariamente acompañados de música. Una de las particularidades de TikTok es la conocida como la página «Para ti», que utiliza un algoritmo para recomendar vídeos a los usuarios. Se trata de la primera página que se abre cuando los usuarios entran a la aplicación, y los vídeos se reproducen automáticamente. De esta forma, TikTok brinda a los usuarios un flujo continuo de contenido, lo que puede conducir a un «efecto anestesia» (Fang *et al.*, 2019).

Además de la obligatoriedad de ser mayor de 13 años, los usuarios deben seguir las normas de comportamiento establecidas por la red social en sus «Normas comunitarias». En ellas figuran apartados dedicados, entre otros, al extremismo violento, al acoso, a actividades sexuales y al comportamiento de odio. En este último, el «género», la «orientación sexual» y la «identidad de género» se consideran grupos protegidos. A pesar de la existencia de estas normas, investigaciones como la de Weimann y Masri (2020) han puesto de manifiesto la incapacidad de TikTok para imponerlas. Si bien un estudio de Sigma Dos (2021) señala que esta red no es el principal contenedor de discursos de odio en general, sí tiene un papel relevante en el discurso de odio sexista.

1.1. Estado de la cuestión

Aunque se trata de la red social más reciente, existen ya algunos estudios académicos sobre TikTok. Hasta el momento, las investigaciones se han centrado principalmente en su surgimiento y funcionamiento (Anderson, 2020; Zeng & Kaye, 2022), en los rasgos de personalidad de los usuarios (Omar & Wang, 2020; Zuo & Wang, 2019) o su psicología (Kumar & Prabha, 2019; Montag *et al.*, 2021). También se encuentran trabajos sobre los usos del humor (Wang, 2020), los usos para motivar a los estudiantes (Pamungkas, 2020) y su uso científico (Hayes *et al.*, 2020; Zeng & Schäfer, 2020). Esta plataforma ha sido estudiada, además, como facilitadora de la difusión de mensajes de salud pública durante la pandemia de COVID-19 (Basch *et al.*, 2022; Eghtesadi & Florea, 2020; Kennedy, 2020; Sidorenko-Bautista *et al.*, 2020), o su uso durante el confinamiento (Olivares-García y Méndez-Majuelos, 2020; Quiroz, 2020).

Los trabajos más recientes tratan cuestiones de privacidad (Neyaz *et al.*, 2020), activismo político (Abidin, 2020a; Hautea *et al.*, 2021; Zeng & Abidin, 2021); y los diversos usos comunicativos que se hacen de TikTok desde la perspectiva publicitaria (Martín-Ramallal y Micaletto, 2021), de los *influencers* y la economía de la atención (Abidin, 2020b), de los medios de noticias (Vázquez-Herrero *et al.*, 2022), de la política (Figuerero-Benítez *et al.*, 2022) o de la etnografía digital (Schellewald, 2021).

Finalmente, investigaciones más cercanas a lo que se estudia en este trabajo han analizado el odio online (Weimann & Masri, 2020; Chen, 2021) difundido a través de TikTok, particularmente contra la comunidad judía (Weimann & Masri, 2021), el uso que hace de la plataforma la comunidad transexual (Olivares-García, 2022) y la objetivación sexual en retos musicales (Vizcaíno-Verdú y Tirocchi, 2021). Sobre las generaciones más jóvenes se ha trabajado en cómo la utilizan los centennials (Bucknell Bossen & Kottasz, 2020; Suárez-Álvarez y García-Jiménez, 2021) y en la protección de menores (Martín-Ramallal y Ruiz-Mondaza, 2022).

El sexismo y los mensajes misóginos sí han sido estudiados en otras redes sociales, principalmente en Twitter. La mayoría de estas investigaciones está centrada en la detección, por lo general automatizada, y clasificación del lenguaje sexista y mensajes de odio contra las mujeres (Frenda *et al.*, 2019; Pamungkas *et al.*, 2020; Piñeiro-Otero & Martínez-Rolán, 2021; Sharifirad & Matwin, 2019). Otras se han interesado por el acoso recibido por las mujeres (Cuthbertson *et al.*, 2019; Ferrier, 2018).

En otras redes sociales, Elias y Gurbanova (2018) han trabajado sobre el lenguaje sexista en Facebook e Instagram, y Rodríguez-López (2015) en la difusión de los estereotipos de género a través de las TIC. Mientras que el monográfico «Feminismo, misoginia y redes sociales» (Tortajada y Vera, 2021) se centra en la interrelación entre el feminismo, el antifeminismo y las redes sociales, con investigaciones sobre foros digitales, ciberfeminidades en Instagram, contenidos misóginos y contenidos feministas en YouTube e iniciativas feministas en las redes.

Una de las investigaciones más completas, por la muestra y por el universo digital contemplado, es la llevada a cabo por Sigma Dos (2021) y auspiciada por el Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud (FAD). De sus conclusiones se extrae que «los/as odiadores/as» son fundamentalmente hombres, que el discurso de odio sexista en las redes sociales es más visible para las mujeres que para los hombres, y que ante el discurso de odio sexista, son las mujeres las que muestran un rechazo más patente y una posición más activa de denuncia.

1.2. Objetivos

El objetivo general de la presente investigación es explorar la presencia de mensajes de odio contra las mujeres en las publicaciones de los perfiles en TikTok de los principales diarios de España. Como objetivos específicos, el trabajo se plantea:

- Detectar y clasificar mensajes misóginos en los comentarios de los perfiles de la prensa española.
- Averiguar la percepción que tienen estudiantes de Periodismo respecto a los mensajes misóginos en TikTok.
- Estudiar el uso que hacen los estudiantes de esta red.
- Conocer las experiencias de chicas y chicos con mensajes sexistas y misóginos en esta plataforma.

2. Metodología

Para responder al objetivo general planteado, se estudiaron los comentarios de todas las publicaciones de los principales diarios de tirada nacional (*El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia* y *20 Minutos*. El periódico *ABC* no ha sido estudiado puesto que abrió su perfil en TikTok el 6 de junio de 2022) realizadas entre el 1 de enero y el 31 de marzo de 2022. Se analizaron un total de 203 publicaciones y 40.519 comentarios, distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 1.

Número de publicaciones y comentarios analizados por publicación

Publicación	Publicaciones	Comentarios
<i>El País</i>	31	1.643
<i>El Mundo</i>	115	27.273
<i>La Vanguardia</i>	22	1.364
<i>20 Minutos</i>	35	10.239
Total	203	40.519

Fuente. Elaboración propia.

La descarga de comentarios se realizó con la herramienta Export Comments, incluyéndose comentarios y respuestas a ellos. A continuación, se procedió a clasificar manualmente los mensajes. Para ello, se partió de la idea de que sexismo y misoginia son diferentes, aunque son conceptos que se relacionan (Manne, 2017). El sexismo es definido por la RAE como «Discriminación de las personas por razón del sexo», mientras que la misoginia es «Aversión contra las mujeres». Es decir, el sexismo se basa en la idea de que los hombres son superiores a las mujeres como grupo y que la misoginia implica hostilidad y se acompaña de un elemento coercitivo (Megías, 2020). Se utilizó una adaptación de la clasificación propuesta por Sharifirad y Matwin (2019) que recoge las siguientes categorías:

- No sexista/misógino: comentarios que no pueden clasificarse en las siguientes categorías. En ocasiones, se trata de comentarios que responden a conversaciones que tienen entre dos o más usuarios, ajenas a la temática principal de lo que se está debatiendo.
- Sexista/sexismo benevolente: comentarios en los que se utilicen estereotipos femeninos o que muestren a las mujeres como inferiores respecto a los hombres, sin llegar al insulto directo.
- Odio (misoginia): comentarios que contienen insultos, se expresan a favor de la violencia contra las mujeres o que hacen referencias sexuales.
- Acoso: comentarios reiterados hacienda alusión a partes del cuerpo femenino o solicitando información personal.
- Amenazas: comentarios que amenacen la integridad física de las mujeres o que las amenacen con revelación de datos o imágenes privadas.

Tal y como se ha llevado a cabo en otras investigaciones (Martínez-Valerio, 2022), la clasificación se realizó dos veces por la autora y una tercera por una persona externa, coincidiendo las tres revisiones en un 92,8% de los casos. Posteriormente, se llevó a cabo un análisis descriptivo que incluyó la realización de frecuencias. La selección de los comentarios que se muestran como ejemplo en las tablas de resultados se hizo eliminando aquellos que eran repetitivos, expresaban lo mismo con menos palabras o eran más complicados de entender por el estilo de redacción empleado por el usuario.

La segunda parte del trabajo emplea un método fundamentalmente cualitativo para estudiar la percepción de mensajes de odio hacia las mujeres por parte de los jóvenes. Se prefirió este método ya que se trata de una investigación de carácter exploratorio-descriptivo y no está enfocada en medir relaciones sistemáticas o causales (Brennen, 2017). La herramienta empleada es el grupo de discusión, la cual se complementa con un método cuantitativo como lo es el análisis de contenido con el objetivo de proporcionar ejemplos de mensajes misóginos.

Se llevaron a cabo dos grupos de discusión, uno compuesto por seis chicas (M1 a M6) y otro por seis chicos (H1 a H6), los días 5 y 7 de abril de 2022 respectivamente. Todos los participantes tenían entre 20 y 22 años y eran estudiantes del Grado en Periodismo de la Universidad Rey Juan Carlos. La selección se realizó entre dos grupos de dicho grado entre el alumnado que cumpliera dos condiciones: que fueran usuarios de TikTok y que estuvieran familiarizados con el concepto de discurso de odio. El objetivo de llevar a cabo dos grupos diferenciados por sexo fue permitir una mayor libertad a la hora de expresarse por parte de ambos sexos. En los dos casos se empleó el mismo guion con las preguntas que se reproducen a continuación:

1. ¿Para qué utilizáis TikTok? ¿Interactuáis?
2. ¿Os informáis a través de TikTok? ¿Seguís a periódicos?
3. ¿Habéis visto mensajes de odio en TikTok? Tanto en contenidos como en comentarios.
4. ¿Habéis participado en polémicas que impliquen mensajes de odio?
5. ¿Creéis que hay machismo y misoginia en TikTok?
6. ¿Habéis recibido mensajes de este tipo? ¿Cómo habéis reaccionado?

3. Resultados

3.1. La prensa española en TikTok, espacios libres de misoginia

De los 40.519 comentarios analizados, únicamente seis pueden considerarse mensajes de odio o misoginia (0,01% del total), puesto que humillan o menosprecian a la mujer, o justifican la violencia contra ellas. Además de estas excepciones, se han detectado 79 mensajes de sexismo benevolente o sexista (0,2% del total). Es decir, de las cinco posibles categorías, solo se han encontrado comentarios que encajaban en las tres primeras. No se ha detectado ningún comentario de acoso o amenaza.

La escasa presencia de mensajes de odio contra las mujeres, incluso de mensajes sexistas, ha permitido un análisis más en profundidad de los mensajes localizados. En el caso de *El País*, no se encontraron mensajes que pudieran ser considerados sexistas o misóginos. Es importante señalar que, de las 31 publicaciones realizadas en los tres meses estudiados, ninguna tenía contenido relacionado directamente con las mujeres, ni siquiera con motivo del 8 de marzo (Día Internacional de la Mujer).

Por el contrario, de las 22 publicaciones de *La Vanguardia*, cuatro estuvieron dedicadas a dicha celebración. Es en ellas en las que se encuentran mensajes que han sido clasificados como sexistas o de sexismo benevolente. El otro vídeo en el que se detectaron este tipo de mensajes fue el que mostraba la bofetada de Will Smith a Chris Rock durante la ceremonia de los Óscar (Tabla 2).

Tabla 2.

Comentarios sexistas en publicaciones de La Vanguardia

Vídeo	Nº de comentarios sexistas	Ejemplo de comentario
Cifras sobre violencia sexual en España con motivo del 8M	2	Y la violencia de mujeres a hombres o niños que es???
Las «Mejores imágenes del 8M»	1	*proceden a vandalizar porque les dijeron algo que no les gusta*
Entrevista a la tiktoker @sindy Takanashi con motivo del 8M	4	Y por qué me afeito yo? Y por qué tengo que llevar corbata? Y por qué tengo que llevar yo las cosas que más pesan? Y por qué tengo que matar bichos? El feminismo incomoda porque se pasó de frenada
Sobre la sumisión química (publicado con motivo del 8M)	10	A ver si entiendo, cuanto más dinero, ministerios y presión social en contra hay, aumentan los delitos?? NO ME LO CREO...pero una paguita q bien viene algunas mujeres se acuerdan de lo que quieren, de lo que les interesa. lo otro lo olvidan. tranquila con matemáticas de perspectiva de género se arreglara
Bofetada de Will Smith a Chris Rock	2	Qué culpa tiene la masculinidad de lo que haga un hombre. Ya basta de criminalizarnos, feminista.

Fuente. <https://www.tiktok.com/@lavanguardia>

El vídeo de la bofetada de Will Smith a Chris Rock también fue publicado por *20 Minutos*. De hecho, en vista de que fue uno de sus vídeos más comentados (326), lo publicaron dos veces casi con el mismo éxito (215 comentarios). En ambos casos recibieron comentarios sexistas. Los otros dos vídeos con comentarios de este tipo fueron: una encuesta a gente de la calle y el vídeo de la nueva pareja de Iñaki Urdangarín (Tabla 3).

El Mundo es el periódico con mayor actividad en esta red social, según el número de publicaciones realizadas durante el periodo analizado. Esto se traduce en una mayor interacción por parte de los usuarios, siendo la publicación con mayor número de comentarios. Si bien tampoco publicó contenido específico del 8M, sí que publicó vídeos relacionados directamente con temática femenina. Es en ellos en los que se localizaron comentarios sexistas (Tabla 4) y misóginos (Tabla 5).

Tabla 3.

Comentarios sexistas en publicaciones de 20 Minutos

Vídeo	Nº de comentarios sexistas	Ejemplo de comentario
Se pregunta a gente en la calle sobre la peor cita que han tenido	1	Como te llevas a una chica en una primera cita a un bar a ver un partido de fútbol, madre mía
Bofetada de Will Smith a Chris Rock	3	eso demuestra que a las chicas no les interesa quien las defienda ni las haga respetar solo les importa quienes las utilicen y luego chao
Sobre la nueva pareja de Urdangarín	3	ella no le daba el divorcio, pues ala, ahora s 🤔🤔🤔
Bofetada de Will Smith a Chris Rock	3	cuidado que ahora saltan las feministas. pega como nena. yo lo dormía de un sopapo

Fuente. <https://www.tiktok.com/@20m>

Tabla 4.

Comentarios sexistas en publicaciones de El Mundo

Vídeo	Nº de comentarios sexistas	Ejemplo de comentario
Sobre el suicidio entre los jóvenes	2	Woman detected, opinion rejected (como respuesta a una mujer).
5 principales motivos por los que se divorcian los españoles	1	yo creo q se divorcian por las mujeres son las que mandan la relación con su feminismo y por miedo a las denuncias 🤔🤔🤔
Angelina Jolie pidiendo entre lágrimas que se renueve la ley de violencia contra la mujer	2	Buena actriz!!! Se ve la clase de persona que es desde el divorcio y lo conflictiva que es!
Por qué cada vez más parejas prefieren tener perros o gatos en lugar de hijos	1	Es porq los hombres españoles ya no quieren arriesgarse tanto por el feminismo
Récord de asistencia a un partido de fútbol femenino conseguido por el FCB	5	Era gratis así cualquiera 2€ la entrada 🤔🤔🤔
Una mexicana es condenada en Qatar a 100 latigazos y 7 años de cárcel por denunciar a su agresor	15	Allá es que tienen que ir las feministas y pintar y romper esos edificios. y aquí nos oprime el rosa.... hace falta el feminismo pero donde de Verdad hace Falta. y las feministas se preocupan más los que les pasa a ellas que a lo que pasa en países como katar
Mujeres ucranianas se alistán al ejército para defender a su país	6	Los saldados tendrán comida caliente y ropa limpia Esas si son mujeres, no las que andan con sus marchas en las calles aca en México ñ

Vídeo	Nº de comentarios sexistas	Ejemplo de comentario
Los talibán cierran las escuelas de Secundaria femeninas	7	y las feministas no veo ninguna aquí dile a tu feminismo que en twitter funan a cualquier hombre que opinan diferente
Miss EEUU 2019 se suicida	1	El patriarcado verdad féminacis?
Entrevista a Nadal de pequeño	8	nope, las mujeres son bastante inferiores en el deporte, por eso a los hombres se les dice los mejores en general Ganarlo en femenino es mas facil ajajaja
Estudios cursaron algunas de las mujeres que gobiernan en España	1	Menudas esperpentos. Cualquiera lo diría, e Irene, en qué supermercado hizo sus prácticas??

Fuente. <https://www.tiktok.com/@elmundo.es>

Tabla 5.

Comentarios misóginos en publicaciones de El Mundo

Vídeo	Nº de comentarios misóginos	Ejemplo de comentario
Experiencia laboral de las principales ministras españolas antes de ocupar el cargo	1	Esa trabajaba de rodillas 🤔🤔 (refiriéndose a Irene Montero)
Una mexicana es condenada en Qatar a 100 latigazos y 7 años de cárcel por denunciar a su agresor	2	Y así debe ser, por algo Qatar es potencia Qatar padreando 🇶🇪🔥👊
Estudios cursaron algunas de las mujeres que gobiernan en España	3	Huele a enchufe y algo más 🤔 Irene Montero, clasificación de monedas en una caja y costura de rodilleras 🤔🤔🤔 Te falta la que estudio la carrera de cajera de rodillas 🤔🤔🤔

Fuente. <https://www.tiktok.com/@elmundo.es>

3.2. Los jóvenes perciben machismo, pero no en la prensa

El principal uso que hacen de TikTok los participantes en los grupos de discusión es el entretenimiento: «yo la uso para cosas que me gustan» (H1); «es simplemente para pasar el rato con la tontería, ver lo que me llama la atención y pasárselo a mis amigos» (H6); «no solo son bailes, es como era YouTube hace tiempo, de recetas, unboxings y esas cosas» (M2). Ellas, además, la utilizan como herramienta de grabación y edición de vídeos, que no necesariamente publican en la red: «yo lo uso para hacer vídeos y me los guardo, no publico nada» (M5).

Ambos grupos coinciden en que son las chicas las que más uso hacen de la red social. «Yo me considero adicta a TikTok, me vuelvo loca, lo reconozco» (M3); «es imposible que estés solo 10 minutos en TikTok, es imposible» (M1); «es que es adictivo» (M5). Tanto ellas como ellos creen que TikTok cuenta con mecanismos específicos para generar esa «adicción»: «es que son vídeos de lo que te

gusta, si cambias de gustos te cambian los vídeos, entonces no paras» (M1); «en TikTok ni siquiera hace falta que te plantees a quién sigues porque como cuando entras simplemente te aparece el *Para ti* pues ya te quedas ahí» (M2); «una vez vi un vídeo que decían que para que no seas consciente de cuánto tiempo llevas en la aplicación, cuando la abres, la aplicación ocupa toda la pantalla del teléfono y no puedes ver la hora» (M3); «lo que te engancha también es que no sabes lo que te va a salir, vas bajando y es que no puedes parar» (M4); «como te salen temas relacionados con lo que has estado viendo más, pues ahí te quedas» (H3).

La tónica habitual es que en TikTok ven contenidos de gente desconocida, frente a otras redes sociales como Instagram. «A la gente que conozco la tengo en Instagram» (M1); «los amigos es más en Instagram, más de vida íntima» (H4). Ni ellos ni ellas suelen subir contenido a la red social, tampoco hacen comentarios públicos: «subo contenido, pero solo para amigos, en la opción solo amigos» (M1); «a mí en TikTok me da vergüenza comentar» (M2); «likes sí, pero no comento» (H5); «yo comento en privado con mis amigos, no en público porque se queda ahí y así no lo puede saber cualquiera» (H6).

A pesar de ser un grupo relacionado directamente con la profesión periodística, únicamente un chico (H2) dijo que la usaba para informarse y no siguen específicamente a ningún periódico. «Yo sí que veo alguna noticia, pero no porque haya entrado buscándola, sino que me salen en el *Para ti* porque alguna vez vi algún vídeo de ese tema» (M1); «en TikTok no, pero en Instagram sí que sigo a todos los periódicos, teles, periodistas, a todo el mundo» (M5); «informarme como tal no, pero para buscar cosas de la música que me gusta, sí» (H1); «yo igual, no es como para saber noticias, pero si quiero saber algo sobre algún partido o alguna carrera, sí que me meto a TikTok» (H2).

En las publicaciones de prensa que alguna vez han visto, no han percibido que haya mensajes de odio: «es que ahí están los *community managers* que filtran o borran ese tipo de comentarios» (H4); «yo lo que veo en Instagram es que lo tienen muy controlado, con filtros o directamente borrando comentarios, porque ha habido veces que de repente he visto algún comentario que dices 'uy', pero luego te vuelves a meter y ya no está. Supongo que en TikTok harán lo mismo» (M5).

Sin embargo, en ambos grupos se mostraron de acuerdo en que en TikTok abundan los mensajes de odio. «En TikTok hay muchísimo *hate*» (M4); «TikTok se está convirtiendo en el nuevo Twitter» (H3); «en TikTok hay más mensajes de ese tipo porque hay más cuentas falsas» (H4). Ellas aseguran nunca haber dejado comentarios ofensivos mientras algunos de ellos reconocen que sí que han dejado «algún comentario... digamos 'importante', en cosas de fútbol, sobre todo. Pero si veo que empieza a tener *likes* y así, lo borro, pero si nadie le hace caso lo dejo» (H6); «yo también he dejado algún comentario así en cosas de fútbol» (H2); «yo en algún tema así político sí he entrado en polémicas» (H1).

Al preguntarles específicamente sobre machismo o mensajes de odio contra las mujeres en la red social, tanto ellas como ellos responden que lo perciben, más ellas. «Hay machismo incluso en las normas, porque si eres tío puedes salir sin camiseta, y las chicas si sales en bikini te quitan el vídeo» (M5); «los tíos pueden salir incluso agarrándose el paquete, de hecho, se hizo *trend*» (M3). Más allá de las normas, los dos grupos afirmaron haber visto mensajes de odio contra mujeres: «sí he visto mensajes de odio contra mujeres, y en vídeos así de cualquier cosa, que están enseñando un maquillaje o sus looks, gente que les dice que son una mierda, que están haciendo el ridículo» (H5); «yo también he visto comentarios muy desagradables en vídeos de chicas que se ponen a bailar así

sin más, que no tiene ni muchos *followers* ni nada, y reciben muchos comentarios llamándoles putas, o que se meten con su aspecto» (H1); «en TikTok lo que hay es machismo, pero en plan de ‘ay, putas feminazis no sé qué’, como en contra del feminismo» (M3).

Ellas han sido las primeras en reconocer que son las mujeres las responsables de la mayoría de los comentarios machistas y misóginos, aunque ellos tienen la misma percepción. «Los peores comentarios son los de chicas» (M1); «yo sí veo machismo, pero por parte de chicas» (M5); «los peores comentarios machistas los hacemos nosotras, ¿cómo les va a importar entonces a los hombres que haya machismo en las redes sociales?» (M6); «lo que he visto es que creo que son más las mujeres contra mujeres» (H4); «son de los dos sexos, pero creo que más de mujeres» (H5). Una chica (M5) atribuye este hecho a que «en TikTok no hay tanto sector masculino como en otras redes como Twitter o Instagram».

Además de mensajes machistas, ellas se han sentido acosadas en alguna ocasión y su reacción ha sido la denuncia. «Yo he denunciado en comisaría» (M3); «Yo he denunciado a la cuenta» (M6). Esto es más frecuente en redes sociales como Twitter o Instagram: «en Instagram lo que hay mucho es acoso, que te mandan *fotopollas* o te meten en grupos porno» (M5). Ninguno de los hombres ha pasado por una situación similar. Ellas y ellos creen que el anonimato es el problema: «hay más acoso y mensajes de odio en las redes por lo de las cuentas falsas» (M2); «hay más acoso y mensajes contra las mujeres en online que en la vida real por el anonimato» (H4); «en Instagram la gente se hace un perfil real, por eso la gente se contiene más a la hora de insultar» (H5).

Finalmente, a pesar de que algunas no creen que las redes sociales sean «un lugar seguro», otras se muestran optimistas respecto a la propia TikTok: «en TikTok también hay gente que defiende a los que insultan, no como en YouTube» (M2); «yo en TikTok he aprendido un montón sobre feminismo» (M3); «TikTok es muy extremo, te puedes encontrar comentarios muy, muy, muy fuertes y muy, muy, muy buenos» (M6).

4. Discusión y conclusiones

La prensa española se ha rendido a TikTok, sobre todo a partir de 2022, intentando mantener un tono desenfadado tanto en la selección de contenido como en la forma que dan a este. Los contenidos descritos en este trabajo coinciden con los observados por otros investigadores (Harcup & O'Neill, 2017; Wahl-Jorgensen, 2020), que señalan que los medios están buscando el equilibrio entre la información y las emociones positivas como la empatía para acercarse al público más joven que está en las redes sociales.

Siguiendo dicha línea, los periódicos analizados apuestan menos por lo informativo y más por lo emotivo en esta red social. *El País*, por ejemplo, no publicó nada relacionado con el 8M ese día ni los anteriores o posteriores. Y *El Mundo* fue el único que publicó una cantidad significativa de vídeos sobre la guerra en Ucrania. Sin embargo, todos los periódicos publicaron contenido, algunos en más de una ocasión, relacionados con la bofetada de Will Smith a Chris Rock en la ceremonia de los Óscar. A pesar de estos esfuerzos, según han expresado los participantes en ambos grupos de discusión, el seguimiento de prensa en esta red social es nulo.

Aunque los participantes en los grupos de discusión no entran en TikTok con el objetivo de informarse, sí que lo hacen de forma indirecta. Este resultado coincide con el de otros trabajos que apuntan a que en esta red social funciona la búsqueda de información a través del consumo indirecto, no buscado o intencional (Ahmadi & Wohn, 2018; Kligler-Vilenchik *et al.*, 2020; Mitchelstein *et al.*, 2020). En este sentido, los medios pierden su función de *gatekeepers* en la plataforma, en parte debido a que los usuarios asumen el rol de *gatewatchers* –contribuyendo a la viralidad de unos contenidos sobre otros–, así como a la acción de TikTok como *supragatekeeper*, cuyo algoritmo determina qué contenido llega al usuario (Shoemaker, 2020).

En cuanto a la clasificación de los mensajes, de los 40.519 comentarios analizados, únicamente seis fueron clasificados como mensajes de odio o misoginia (0,01% del total). Además de estas excepciones, se detectaron 79 mensajes de sexismo benevolente o sexistas (0,2% del total). En ningún caso se localizaron mensajes de acoso o de amenaza a mujeres. Es decir, de las cinco variables propuestas por Sharifirad y Matwin (2019), solo se han encontrado mensajes para tres de ellas.

Tal y como puede apreciarse en los ejemplos de comentarios, la mayoría de los mensajes son una crítica al feminismo en general o a las marchas feministas en particular. Coincide con lo expresado por las estudiantes de Periodismo en el grupo de discusión. La publicación en la que se detectó un mayor número de mensajes en ese sentido es la del vídeo que habla del caso de una joven mexicana condenada en Qatar a 100 latigazos y siete años de cárcel por denunciar a su agresor. Para los usuarios, es ahí donde tendría sentido el feminismo y no en países occidentales. Es en ese mismo vídeo, publicado por *El Mundo*, en el que se localizaron dos de los seis mensajes de odio. En ellos, los usuarios muestran conformidad con lo sucedido a la joven.

Los otros mensajes misóginos hacen referencia a una mujer en concreto, a la ministra Irene Montero. En ellos no solo se menosprecia su trabajo como cajera, sino que además se apunta a que ocupa un cargo en el gobierno debido a cuestiones sexuales. A pesar de hacerse en tono de mofa, para lo que se emplean emoticonos, cabe recordar que la Comisión Europea contra el Racismo y la Intolerancia incluye la humillación, el menosprecio y el descrédito de una mujer en su definición de misoginia. La difusión de estereotipos femeninos se hizo fundamentalmente en publicaciones relacionadas con el deporte. Para los usuarios, el fútbol femenino solo es capaz de llenar estadios cuando se regalan las entradas (o se venden muy baratas) y es más fácil ganar torneos de tenis femeninos que masculinos.

En respuesta al objetivo de explorar la percepción por parte de los jóvenes de los mensajes de odio hacia las mujeres en TikTok en los perfiles de la prensa española, se puede concluir que su percepción es que no existen este tipo de mensajes en dichos perfiles. Su percepción coincide con el resultado del análisis de contenido, en el que la presencia de mensajes machistas o misóginos no alcanza el 0,5% en los comentarios. Tal y como señalan los propios jóvenes, una de las razones de esta escasa presencia de mensajes de odio en los comentarios que se hacen en los contenidos de la prensa española podría deberse a la labor de los gestores de las redes sociales de las cabeceras. Así lo apuntan recientes investigaciones sobre las responsabilidades a las que se enfrentan en su día a día estos profesionales (Martín-García *et al.*, 2022).

El uso que hacen los jóvenes de TikTok es fundamentalmente de entretenimiento. Es en este tipo de contenidos variados en los que sí perciben que hay mensajes machistas y misóginos. A diferencia del estudio de Sigma Dos (2021), las mujeres reconocen ser más «odiadoras» contra su propio género

que los hombres. Sí coinciden en que el discurso de odio sexista es más visible para ellas y en que muestran un rechazo más patente y una posición más activa de denuncia.

En definitiva, los perfiles de la prensa española en TikTok son entornos prácticamente libres de mensajes de odio contra las mujeres, coincidiendo con la percepción de los jóvenes. Estos resultados son de carácter exploratorio, el presente trabajo es un primer acercamiento al fenómeno y contó con algunas limitaciones, por lo que no pueden ser generalizados en cuanto a la percepción por parte de los jóvenes. La celebración de un único grupo de discusión por cada sexo estuvo condicionada por la disponibilidad de reunir a más participantes en más ocasiones. Cabría, por lo tanto, plantearse futuros trabajos en los que se incorporen más grupos de discusión, incluido uno mixto con el objetivo de observar si las respuestas varían estando presentes integrantes del sexo opuesto. También podrían investigarse mensajes y contenidos difundidos por perfiles no profesionales, comparar resultados con los de otras redes sociales como Twitter, e incluir entrevistas en profundidad con los responsables de las redes sociales de los perfiles de la prensa.

Referencias

- Abidin, C. (2020a). #WAsian (White-Asian) on TikTok and activism through entertainment. Paper presented at the 70th Annual Conference of the International Communication Association, Online Conference. <https://bit.ly/3CiZeYd>
- Abidin, C. (2020b). Mapping Internet Celebrity on TikTok: Exploring Attention Economies and Visibility Labours. *Cultural Science Journal*, 12(1), pp. 77-103. <https://doi.org/10.5334/csci.140>
- Ahmadi, M. & Wohn, D. Y. (2018). The antecedents of incidental news exposure on social media. *Social media + society*, 4(2). <https://doi.org/10.1177/2056305118772827>
- Anderson, K. (2020). Getting acquainted with social networks and apps: it's time to talk about TikTok. *Library Hi Tech News*, 37(4), 7-12. <https://doi.org/10.1108/LHTN-01-2020-0001>
- Artwick, C. (2018). *Social Media Livestreaming: Design for Disruption?* Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429504617>
- Basch, C., Hillyer, G. & Jaime, C. (2022). COVID-19 on TikTok: harnessing an emerging social media platform to convey important public health messages. *The International Journal of Adolescent Medicine & Health*, online. <https://doi.org/10.1515/ijamh-2020-0111>
- Bayer, J.B., Ellison, N.B. & Schoenebeck, S.Y. (2016). Sharing the small moments: ephemeral social interaction on Snapchat. *Information, Communication & Society*, 19(7): 956-977. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1084349>
- Boczek, K. & Koppers, L. (2020). What's New about Whatsapp for News? A Mixed-Method Study on News Outlets' Strategies for Using WhatsApp. *Digital Journalism*, 8(1): 126-144. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1692685>
- Bonet-Martí, J. (2020). Los antifeminismos como contramovimiento: una revisión bibliográfica de las principales perspectivas teóricas y de los debates actuales. *Teknokultura. Revista de cultura digital y movimientos sociales*, 18(1), 61-71. <https://doi.org/10.5209/tekn.71303>

- Brennen, B. (2017). *Qualitative research methods for media studies*. Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781315435978>
- Bucknell Bossen, C. & Kottasz, R. (2020). Uses and gratifications sought by pre-adolescent and adolescent TikTok consumers. *Young Consumers*, 21(4).
<https://doi.org/10.1108/YC-07-2020-1186>
- Cabo Isasi, A. & García Juanatey, A. (2017). *El discurso del odio en las redes sociales: Un estado de la cuestión*. Ajuntament de Barcelona Progress Report.
- Chen, T. (2021). *The Influence of Hate Speech on TikTok on Chinese College Students* [Trabajo Fin de Máster. University of South Florida].
- Comisión Europea contra el Racismo y la Intolerancia. (2016). *Recomendación de Política General nº 15 relativa a la lucha contra el discurso de odio*. Consejo de Europa. <https://bit.ly/3Cju6b5>
- Cuthbertson, L., Kearney, A., Dawson, R., Zawaduk, A., Cuthbertson, E., Gordon-Tighe, A. & Mathewson, K. (2019). Women, politics and Twitter: using machine learning to change the discourse. *arXiv preprint*.
<https://arxiv.org/abs/1911.11025>
- Eghtesadi, M. & Florea, A. (2020). Facebook, Instagram, Reddit and TikTok: a proposal for health authorities to integrate popular social media platforms in contingency planning amid a global pandemic outbreak. *Canadian Journal of Public Health*, 111, 389–391.
<https://link.springer.com/article/10.17269/s41997-020-00343-0>
- Elias, S. & Gurbanova, N. (2018). Relocating gender stereotypes online: Critical analysis of sexist hate speech in selected social media. *International Conference on Language Phenomena in Multimodal Communication (KLUVA)*, 272-277. Atlantis Press. <https://bit.ly/3SKuMfg>
- Fang, J., Ziye W. & Bin, H. (2019). Analysis of «Anesthesia» Mechanism in Mobile Short Video Applications. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 309, 348–51.
<https://doi.org/10.2991/ismss-19.2019.75>
- Ferrier, M. (2018). *Attacks and harassment. The impact on female journalists and their reporting*. International Women's Media Foundation & TrollBusters. <https://bit.ly/3CjwoZn>
- Figueroa-Benítez, J.C., Oliveira, J.S.d. y Mancinas-Chávez, R. (2022). TikTok como herramienta de comunicación política de los presidentes iberoamericanos. En J.I. Aguaded Gómez, A. Vizcaíno Verdú, Á. Hernando Gómez y M. Bonilla-del-Río (Eds.), *Redes sociales y ciudadanía: Ciberculturas para el aprendizaje* (pp. 103-112). Grupo Comunicar Ediciones.
<https://doi.org/10.3916/Alfamed2022>
- Frenda, S., Ghanem, B., Montes-y-Gómez, M. & Rosso, P. (2019). Online hate speech against women: Automatic identification of misogyny and sexism on Twitter. *Journal of intelligent and fuzzy systems*, 36(5), 4743-4752.
<https://doi.org/10.3233/JIFS-179023>
- García-Avilés, J.A. & Arias Robles, F. (2016) Journalism genres in Twitter's visual formats: a proposal for classification. *Textual & Visual Media*, 9, 101–132.
- Ging, D. (2019). Alphas, betas, and incels: Theorizing the masculinities of the manosphere. *Men and masculinities*, 22(4), 638–657.
<https://doi.org/10.1177/1097184X17706401>
- Harcup, T. & O'Neill, D. (2017). What is news? News values revisited (again). *Journalism studies*, 18(12), 1470–1488.
- Hautea, S., Parks, P., Takahashi, B. & Zeng, J. (2021). Showing they care (or don't): Affective publics and ambivalent climate activism on TikTok. *Social Media+ Society*, 7(2).
<https://doi.org/10.1177/20563051211012344>

- Hayes, C., Stott, K., Lamb, J. & Hurst, G. (2020). 'Making every second count': utilizing TikTok and systems thinking to facilitate scientific public engagement and contextualization of Chemistry at home. *Journal of Chemical Education*, Online first: A-I.
<https://doi.org/10.1021/acs.jchemed.0c00511>
- Kalogeropoulos, A. (2019) How Younger Generations Consume News Differently. En Nick Newman, Richard Fletcher & Antonis Kalogeropoulos (eds). *Digital News Report 2019 (54-59)*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Kennedy, M. (2020). 'If the rise of the TikTok dance and e-girl aesthetic has taught us anything, it's that teenage girls rule the Internet right now': TikTok celebrity, teenage girls and the Coronavirus crisis. *European Journal of Cultural Studies*, 23(6), 1069-1076.
<https://doi.org/10.1177/1367549420945341>
- Kligler-Vilenchik, N., Baden, C. & Yarchi, M. (2020). Interpretative polarization across platforms: How political disagreement develops over time on Facebook, Twitter, and WhatsApp. *Social Media+ Society*, 6(3).
<https://doi.org/10.1177/205630512094439>
- Kumar, V. & Prabha, M. (2019). Getting glued to TikTok – undermining the psychology behind widespread inclination towards dub-mashed videos. *Archives of Mental Health*, 20(2), 76-77.
https://doi.org/10.4103/AMH.AMH_7_19
- Manne, K. (2017). *Down girl: The logic of misogyny*. Oxford University Press.
<https://doi.org/10.1093/oso/9780190604981.001.0001>
- Martín-García, A., Buitrago, Á. y Aguaded, I. (2022). La voz del periodismo en las redes sociales: cartografía y funciones del community manager de medios informativos como nuevo actor de la comunicación periodística. *El Profesional de la Información*, 31(3).
<https://doi.org/10.3145/epi.2022.may.03>
- Martín-Ramallal, P. y Micaletto, J.P. (2021). Tiktok, red simbiótica de la generación z para la realidad aumentada y el advergaming inmersivo. *Revista de Comunicación*, 20(2), 223-242.
<https://doi.org/10.26441/RC20.2-2021-A12>
- Martín-Ramadall, P. y Ruiz-Mondaza, M. (2022). Agentes protectores del menor y redes sociales. El dilema de TiKToK. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 13(1), 31-49.
<https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.20776>
- Martínez Valerio, L. (2022). Mensajes de odio hacia la comunidad LGTBQ+: análisis de los perfiles de Instagram de la prensa española durante la «Semana del Orgullo». *Revista Latina de Comunicación Social*, 80, 364-388.
<https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1749>
- Matheson, D. & Wahl-Jorgensen, K. (2020). The epistemology of live blogging. *New Media & Society*, 22(2): 300-316.
<https://doi.org/10.1177/1461444819856926>
- Megías, I. (coord.) (2020). *Romper cadenas de odio, tejer redes de apoyo: los y las jóvenes ante los discursos de odio en la red*. Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, FAD.
- Mitchelstein, E., Boczkowski, P.J. & Tenenboim-Weinblatt, K. (2020). Incidentalness on a continuum: A comparative conceptualization of incidental news consumption. *Journalism*, 21(8), 1136-1153.
<https://doi.org/10.1177/1464884920915355>
- Montag, C., Yang, H. & Elhai, J.D. (2021). On the Psychology of TikTok Use: A First Glimpse From Empirical Findings. *Front. Public Health* 9:641673.
<https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.641673>

- Negreira-Rey, M-C., López-García, X. & Lozano-Aguilar, L. (2017). Instant Messaging Networks as a New Channel to Spread the News: Use of WhatsApp and Telegram in the Spanish Online Media of Proximity. *Recent Advances in Information Systems and Technologies*, 571, 64–72.
https://doi.org/10.1007/978-3-319-56541-5_8
- Newman, N., Fletcher, R. & Schulz, A. (2020). *Digital News Report 2020*. Oxford University Press.
- Neyaz, A.; Kumar, A., Krishnan, S., Placker, J. & Liu, Q. (2020). Security, privacy & steganographic analysis of Faceapp & TikTok. *International Journal of Computer Science & Security*, 14(2), 38–59.
- Olivares-García, F. J. (2022). The communication of sexual diversity in social media: TikTok and Trans Community. *IROCAMM: International Review of Communication and Marketing Mix*, 5 (1), 83–97.
<https://doi.org/10.12795/IROCAMM.2021.v05.i01.07>
- Olivares-García, F. J. y Méndez-Majuelos, M. I. (2020). Análisis de las principales tendencias aparecidas en TikTok durante el periodo de cuarentena por la COVID-19. *Revista Española de Comunicación en Salud, Extra 1*, 243–252.
- Omar, B. & Wang, D. (2020). Watch, share or create: The influence of personality traits and user motivation on TikTok mobile video usage. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 14(4), 121–137.
<https://doi.org/10.3991/ijim.v14i04.12429>
- Pamungkas, E-W., Basile, V. & Patti, V. (2020). Misogyny detection in Twitter: A multilingual and cross-domain study. *Information processing & management*, 57(6).
<https://doi.org/10.1016/j.ipm.2020.102360>
- Pavlik, A. (2020). Use TikTok to engage with future students. *Enrollment Management Report*, 24(2), 6–7.
<https://doi.org/10.1002/emt.30654>
- Piñeiro-Otero, T. & Martínez-Rolán, X. (2021). Say it to my face: Analysing hate speech against women on Twitter. *Profesional de la información*, 30(5).
<https://doi.org/10.3145/epi.2021.sep.02>
- Quiroz, N. (2020). TikTok. La aplicación favorita durante el aislamiento. *Revista Argentina de Estudios de Juventud*, dossier temático, e044.
<https://doi.org/10.24215/18524907e044>
- Rodríguez-López, J. (2015). La difusión de los estereotipos de género a través de las TIC: la mujer en el vídeo musical. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 29.
<https://doi.org/10.12795/Ambitos.2015.i29.06>
- Schellewald, A. (2021). Communicative forms on TikTok: Perspectives from digital ethnography. *International Journal of Communication*, 15, 1437–1457.
- Sharifirad, S. & Matwin, S. (2019). When a tweet is actually sexist. A more comprehensive classification of different online harassment categories and the challenges in NLP. *arXiv preprint*. 10.48550/arXiv.1902.10584
- Shearer, E. & Grieco, E. (2019). *Americans Are Wary of the Role Social Media Sites in Delivering the News*. Pew Research Center.
- Shoemaker, P. J. (2020). *Gatekeeping and Journalism*. Oxford University Press.
<https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.819>
- Sidorenko-Bautista, P., De la Casa, J. & De Julián, J. (2020). Use of New Narratives for COVID-19 Reporting: From 360° Videos to Ephemeral TikTok Videos in Online Media. *Tripodos*, 47(1), 105–122.

- Sigma Dos (2021). *Discursos de odio sexistas en redes sociales y entornos digitales*. Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, FAD.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.4580436>
- Suárez-Álvarez, R. y García-Jiménez, A. (2021). *Centennials en TikTok: tipología de vídeos. Análisis y comparativa España-Gran Bretaña por género, edad y nacionalidad*. *Revista Latina de Comunicación Social*, 79, 1-22.
<https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2021-1503>
- Tortajada, I. y Vera, T. (2021). *Feminismo, misoginia y redes sociales*. *Revista de Investigaciones Feministas*, 12(1), 1-4.
<https://doi.org/10.5209/infe.74446>
- Vázquez-Herrero, J., Direito-Rebollal, S. & López-García, X. (2019). *Ephemeral Journalism: News Distribution Through Instagram Stories*. *Social Media + Society*, 5(4), 1-13.
<https://doi.org/10.1177/2056305119888657>
- Vázquez-Herrero, J., Negreira-Rey, M.-C. & López-García, X. (2022). *Let's dance the news! How the news media are adapting to the logic of TikTok*. *Journalism*, 23(8), 1717-1735
<https://doi.org/10.1177/1464884920969092>
- Vizcaíno-Verdú, A. y Tirocchi, S. (2021). *Tiktokers y objetivación sexual de género en retos musicales*. *Media Education*, 12(1), 7-16.
<https://doi.org/10.36253/me-9674>
- Wahl-Jorgensen, K. (2020). *An Emotional Turn in Journalism Studies? Digital Journalism*, 8(2), 175-194.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1697626>
- Wang, Y. (2020). *Humor and camera view on mobile short-form video apps influence user experience and technological-adoption intent, an example of TikTok (DouYin)*. *Computers in Human Behavior*, 110.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106373>
- Weimann, G. & Masri, N. (2020). *Research Note: spreading hate on TikTok*. *Studies in Conflict & Terrorism*, 20, 1-14.
<https://doi.org/10.1080/1057610X.2020.1780027>
- Weimann, G. & Masri, N. (2021). *TikTok's Spiral of Antisemitism*. *Journalism and Media*, 2, 697-708.
<https://doi.org/10.3390/journalmedia2040041>
- Zeng, J. & Abidin, C. (2021). *'# OkBoomer, time to meet the Zoomers': Studying the memefication of intergenerational politics on TikTok*. *Information, Communication & Society*, 24(16), 2459-2481.
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1961007>
- Zeng, J. & Kaye, D. B. V. (2022). *From content moderation to visibility moderation: A case study of platform governance on TikTok*. *Policy & Internet*, 14(1), 79-95. <https://doi.org/10.1002/poi3.287>
- Zeng, J. & Schäfer, M. S. (2020, May). *Teaching or trolling? A content analysis of science and pseudoscience memes on TikTok*. Paper presented at the 70th Annual Conference of the International Communication Association, Online Conference.
- Zuo, H. & Wang, T. (2019). *Analysis of Tik Tok user behavior from the perspective of popular culture*. *Frontiers in Art Research*, 1(3), 1-5.
<https://dx.doi.org/10.25236/FAR.20190301>

Semblanza de la autora

Lizette Martínez Valerio es licenciada en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid, ejerce como periodista especializada en marketing y nuevas tecnologías desde 2006. En abril de 2011 obtuvo la beca predoctoral de la UCM. Desde entonces, sus áreas de especialización han girado en torno a dos ejes: redes sociales online y la historia de la programación televisiva española. Doctora Europea Cum Laude Europea en 2015. Complementa su formación con el máster «Formación de especialistas en investigación social aplicada y análisis de datos» del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), y realizando estancias en el CRIMIC de la Universidad de la Sorbona y en el Centro Avanzado de Comunicación Eulalio Ferrer de Ciudad de México. En 2016 se incorpora como profesora a la Universidad Internacional de la Rioja y en septiembre de 2019 a la Universidad Rey Juan Carlos. Cuenta con un sexenio de investigación y está acreditada por la ANECA como Contratado Doctor.

Entre el «cara a cara» y la multiplicidad de candidatos: el debate electoral televisado en Europa (2019 – 2022)

Between the «face to face» and the multiplicity of candidates: the televised electoral debate in Europe (2019 - 2022)

Rafael Morales Cumplido

Universidad de Sevilla | Calle Américo Vespucio, 27, 41092 Sevilla, España

 0000-0001-6950-5048 · rafaelmoralesperiodista@gmail.com

María del Mar García Gordillo

Universidad de Sevilla | Calle Américo Vespucio, 27, 41092 Sevilla, España

 0000-0002-9367-0366 · marggordillo@us.es

Fechas: Recepción: 25/09/2022 · Aceptación: 03/11/2022 · Publicación: 15/01/2023

Resumen

El debate televisivo es el momento más importante de una campaña electoral, un acto de comunicación política que genera gran cantidad de información y permite observar las cualidades de los líderes políticos. El actual concepto de debate mediático nace en Estados Unidos con el enfrentamiento por televisión entre Nixon y Kennedy en 1960, marcando un antes y un después en la comunicación política y en la historia de estos eventos mediáticos. Los debates electorales en Europa comenzaron paralelamente a los casos estadounidenses. Suecia fue la pionera en 1958, seguida de otros países como Alemania en 1969, Francia en 1974 o Italia en 1983; el primer debate electoral español aparece en 1993 entre Felipe González y José María Aznar. Reino Unido incorporó el debate televisado en 2010, convirtiéndose en uno de los países con menos tradición en este ámbito. Para conocer las principales características del debate electoral europeo, el presente trabajo de investigación analiza un total de 119 debates celebrados entre enero de 2019 y junio de 2022, todos ellos se emitieron en 18 países miembros de la Unión Europea, incluido Reino Unido. Tras la aplicación del análisis de contenido, los datos recopilados demuestran cómo los debates en Europa con dos candidatos son levemente superiores sobre aquellos donde existen más participantes políticos. Este estudio observa que el debate europeo todavía se encuentra entre el modelo «cara a cara» y un formato basado en la presencia de un número mayor de protagonistas.

Palabras clave: comunicación política, debate electoral, campaña electoral, Europa, televisión.

Abstract

The television debate is the most important moment of an electoral campaign, an act of political communication that generates a large amount of information and allows us to observe the qualities of political leaders. The current concept of media debate was born in the United States with the television confrontation between Nixon and Kennedy in 1960, marking a before and after in political communication and in the history of these media events. Electoral debates

in Europe began parallel to the American cases. Sweden was the pioneer in 1958, followed by other countries such as Germany in 1969, France in 1974 or Italy in 1983; the first Spanish electoral debate appears in 1993 between Felipe González and José María Aznar. The United Kingdom incorporated the televised debate in 2010, becoming one of the countries with the least tradition in this field. To learn about the main characteristics of the European electoral debate, this research work analyzes a total of 119 debates held between January 2019 and June 2022, all of which were broadcast in 18 member countries of the European Union, including the United Kingdom. After applying content analysis, the data collected shows how debates in Europe with two candidates are slightly higher than those where there are more political participants. This study observes that the European debate is still between the «face to face» model and a format based on the presence of a larger number of protagonists.

Keywords: *political communication, electoral debate, electoral campaign, Europe, television.*

1. Introducción

El debate electoral es un acto de comunicación política en sí mismo que ocurre durante el transcurso de una campaña electoral como puesta en escena para la difusión del mensaje y la imagen del candidato. Además, estos eventos se han recuperado como género gracias a la televisión porque sirve de escenario magnífico para los duelos entre rivales y posee variedad de formatos (Mazzoleni, 2014). La expansión de los medios de comunicación convencionales y la irrupción de nuevos soportes han transformado la manera de difundir las campañas electorales (personalización, negativismo, coberturas interpretativas o *horse-race*), una tendencia que también se ha manifestado en los debates televisados cuyas singularidades los convierten en una forma de comunicación política interesante de investigar (Luengo, 2011).

Uno de los acontecimientos que más información genera durante la campaña electoral es el debate televisivo (Muñoz-Alonso y Rospir, 1999). Ello se observa en el simple hecho de que estos eventos se convierten en una importante forma de mensaje durante las campañas electorales, evidenciándose en tres cuestiones. En primer lugar, ofrecen a los electores una valiosa información sobre el dominio de los temas por parte de los candidatos. A su vez, los debates permiten extraer mayor cantidad de información que otras fórmulas de mensaje electoral, como por ejemplo el *spots* o propaganda en prensa; por último, la falta de normativa o costumbre de debates electorales levanta una expectación en el votante que no se crea con otro tipo de mensaje (Herrero y Benoit, 2009). Sin olvidar que normalmente se generan dos debates entorno a estos eventos: el debate en sí y el debate sobre el acontecimiento celebrado. A lo que se une la discusión previa que suscita la decisión de un candidato respecto a participar o no en este tipo de encuentros, algunas posturas sostienen que puede tener consecuencias más perjudiciales si no se participa (Lagares-Diez, Jaráiz- Gullías y Castro-Martínez, 2020). Toda la argumentación posterior del debate tratará de convencer sobre quién ha ganado el debate y así dejar huella en la opinión pública.

El presente estudio se asienta sobre la hipótesis de que los debates en Europa se encuentran en un proceso de transición entre el modelo clásico del «cara a cara» y la presencia de un mayor número de candidatos en lo referido al formato de dichos eventos televisados. Partiendo de la anterior premisa, esta investigación tiene como objetivo principal (OP) la realización de un análisis cualitativo y cuantitativo de los debates televisivos celebrados en el continente europeo entre enero de 2019 y el

30 de junio de 2022. Para tratar de profundizar en el planteamiento de la hipótesis de partida y lograr el objetivo principal, se trazan una serie de objetivos específicos (OE):

- OE 1: Realizar un recorrido histórico del origen y las características históricas de los debates en los principales países miembros de la Unión Europea.
- OE 2: Analizar los rasgos esenciales que definen a los diferentes debates celebrados en los Estados europeos durante el periodo acotado por la investigación.
- OE 3: Comprobar la tendencia o formato actual del debate televisado en Europa, los elementos que lo definen y su configuración.

2. Metodología

La metodología que se ha empleado para desarrollar este estudio se centra en un análisis de contenido cuantitativo y cualitativo (Krippendorff, 1990; Krippendorff, 2018; Abela, 2002; Raigada, 2002) aplicado sobre las unidades de análisis: los debates electorales. Esta técnica permite investigar el contenido de las comunicaciones mediante la clasificación en categorías de los elementos o contenidos manifiestos de esa comunicación o mensaje (Aigner, 2009). La primera fase del estudio fue la búsqueda de datos país por país para conocer el número de debates electorales que se habían producido en el periodo acotado, recurriéndose a información en medios digitales que permitiesen obtener una composición global de estos eventos y sus fechas. El siguiente paso fue hallar material audiovisual de cada debate para así llevar a cabo su posterior análisis de contenido.

2.1. La muestra

La muestra se compone de 119 debates analizados en el marco de elecciones presidenciales o para designar al primer ministro (Reino Unido, Portugal y Dinamarca), los cuales se emitieron en el espacio temporal de análisis marcado por la investigación: enero de 2019 a junio de 2022. En algunos casos, los debates estudiados se sucedieron durante la primera o la segunda vuelta electoral, según el sistema electoral establecido en cada nación. Los eventos analizados pertenecen a 18 países miembros de la Unión Europea, incluido Reino Unido; en todos ellos participaron los candidatos a gobernar las diferentes naciones europeas, excepto en Bulgaria donde debatieron aspirantes a la Presidencia y a la Vicepresidencia del país en las 16 citas televisivas de la primera vuelta electoral. El resto de los países de la UE no han sido objeto de este estudio ya que sus elecciones se desarrollaron en otros periodos (Finlandia, Letonia y Luxemburgo en 2018) o no se ha encontrado información sobre la celebración de debates (Estonia en 2019 y Hungría en abril de 2022). En Rumanía, los debates de 2020 no fueron entre los principales candidatos de los partidos.

El soporte audiovisual se ha utilizado como recurso para extraer los datos concernientes a la amplia amalgama de debates europeos. De los 119 casos analizados, 29 aparecen como videos completos en YouTube mientras que 51 quedan recogidos íntegramente en las webs o plataformas de las televisiones, 31 debates permanecen en el perfil de Facebook de las respectivas televisiones organizadoras y 1 en el portal online de un diario. Ante la falta de material audiovisual completo, en 17 debates no se ha podido estudiar dos variables: la duración del debate y la medición o no de

los tiempos de intervención (cronometraje). Al objeto de recopilar la máxima información y con la finalidad de responder al resto de *ítems*, en los casos donde no se disponía de videos se recurrió a contenido visual mediante imágenes publicadas en webs de diarios o de las televisiones; este fue el caso de los 4 debates eslovacos, 7 eslovenos (5 en la web *24ur* y 2 debates en portales online de periódicos) y 5 debates de Dinamarca encontrados en fragmentos de videos en las webs televisivas; a ello se suma el debate británico de la BBC celebrado el 1 de enero de 2019 que aparece en YouTube mediante videos cortos. Para el estudio de los casos se ha confeccionado una ficha de análisis (Tabla 1) donde desarrollar su tratamiento y codificación mediante ocho variables cuantitativas y cualitativas. Los datos recabados se han procesado mediante el programa *IBM SPSS Statistics 26*. Las variables empleadas se recogen en la siguiente ficha analítica:

Tabla 1.

Ficha de análisis debates en Europa (enero 2019-junio2022)

Indicadores de localización	
País de realización del debate:	
Fecha de celebración:	
Aspectos generales	
Número de candidatos	1.2 2.3 3.4 4.5 5. Más de 5
Número de moderadores	1.1 2.2 3.3 4. Más de 3
Duración del debate	1. Menos de 60 min. 2. 60-90 min. 3. 91-120 min. 4. Más de 120 min. 5. No existe dato.
Cronometraje de las intervenciones	1. Sí, en todos los bloques. 2. Sólo en algunos. 3. En ninguno. 4. No existe dato.
Público	1. Sí 2. No
Posición de los candidatos	1. De pie en atril. 2. Sentados. 3. Sentados con atril. 4. De pie en atril.

Fuente. *Elaboración propia.*

3. Marco teórico

La variedad de sistemas políticos y la ausencia de normativas electorales específicas estatales o propias de la Unión Europea provocan una falta tanto de uniformidad como de armonización de formatos en los debates electorales televisados (Rúas-Araujo, Campos-Freire y López-López, 2020). Entre los componentes de estos actos electorales mediáticos se encuentra la figura protagonista: el candidato. Los asesores realizan un *media training* para que el líder adquiera ciertas competencias y desenvoltura mediática. Un entrenamiento audiovisual que Maarek (2009) diferencia entre el formal (comunicación no verbal) y el de fondo (preparación de temas y respuestas). Desde la perspectiva de la imagen del candidato, el debate televisado es la única oportunidad donde el público puede verlo y juzgarlo (Schrott, 1990), ofreciendo la oportunidad de observar a sus protagonistas con una imagen más real y sometidos a situaciones de presión ante sus oponentes, el público o los moderadores cuando discuten los mismos temas (Benoit y Harthcock, 1999, como se citó en Crespo *et al.*, 2011). El objetivo de los debates se basa en conocer qué políticos logran transmitir mayor credibilidad con la finalidad de ganarse la confianza del ciudadano indeciso, su efecto multiplicador hace que los periodistas adquieran mayor participación durante la campaña electoral al convertirse en *powerbroker* o intermediarios entre los partidos y los ciudadanos (Marín, 2003).

La puesta en escena es otro elemento que configura un debate electoral, cuestión esencial que requiere de neutralidad para que los candidatos se sientan cómodos y seguros de que el mensaje no es distorsionado (Barrientos, Caldevilla y Vargas, 2019); suele estar integrada por diversos elementos presentes en el entorno del debate como el tipo de mobiliario o decorado, además de la presencia de público y la existencia o no de moderador. Los modelos de debates pueden ser abiertos o cerrados, el primero admite preguntas o se genera un diálogo con el público presente en el plató mientras que el segundo estilo se rige por reglas o pautas que mantengan el equilibrio y no perjudiquen a ningún protagonista (Pérez, 2009). Por su parte Schroeder (2012, como se citó en Bungal Jiménez-Mena, 2013) distingue tres tipos de formatos a tenor de la configuración que se realice del programa televisivo: debates con moderador donde la figura del presentador inicia temas y reparte turnos de palabra, panel de prensa compuesto por un grupo de periodistas encargados de hacer preguntas y debate por alcaldías con preguntas de los ciudadanos.

En 2006, Marín catalogó el debate como un género periodístico de carácter especial en relación con el resto de los elementos de la campaña electoral y observó tres modelos de debate. Uno de ellos es el norteamericano con una duración de 90 minutos donde los candidatos hablan a uno o varios periodistas, la presencia de público es habitual, acercándose a una especie de «*talkshows*». El segundo es el modelo francés, un cuerpo a cuerpo entre los protagonistas situados frontalmente a los moderadores, abogando por un formato más al estilo de programa informativo que del tipo *show*, sin espectacularización ni público en el plató. El último tipo es el debate alemán, sin panel de periodistas salvo en eventos con más de dos participantes donde entonces sí aparecen espectadores en plató, parecido a una comparecencia conjunta pero tampoco tiende al espectáculo televisivo americano. Para el transcurso de estos actos televisivos, el cronometraje es un factor decisivo en la mecánica del debate porque otorga un tiempo a los candidatos para su intervención en los bloques temáticos, permitiendo al moderador el ajuste de los turnos y el control de los tiempos (Galindo y Regueira, 2019). De hecho, la persona moderadora debe tratar que los temas sean de interés público ya que la transacción de información es primordial en un debate electoral (Schroeder, 2000, como se citó en Ortega-Gunckel, Núñez-Mussa y Porath, 2022).

Por otro lado, los expertos han abordado los efectos de los debates electorales. Pese a señalar la dificultad de establecer conclusiones en este campo debido a que estos eventos se celebran bajo una amplia cantidad de condiciones (contexto político y social, escenario, audiencias, etcétera), Canel (1998) aprecia algunos efectos como la atracción de las audiencias masivas, la poca modificación en el voto, la modificación de la imagen que se tiene del candidato, el refuerzo de las tendencias políticas de la audiencia o el establecimiento de la agenda del público que incrementa el conocimiento de la gente sobre la política. Abramowitz (1978) observó el nulo impacto en las intenciones de voto, aunque sí apreció persuasión en el receptor. En definitiva, existe una gran falta de consenso respecto a la posibilidad de que los debates influyan en la actitud hacia los candidatos y la valoración de estos, además de su impacto en la decisión de voto o también llamado efecto de comportamiento (Lledó, 2001). Autores como Sierra-Rodríguez (2013) aseguran que los debates suponen un campo de análisis con muchas posibilidades desde el ámbito de la politología pese a que no se han dado respuestas a las principales incógnitas como el efecto de los debates electorales en el voto.

3.1. Estados Unidos: el origen del debate electoral contemporáneo

El arte del debate es una realidad tan antigua que su uso se remonta a la práctica de los habitantes de las primeras civilizaciones para convencer y exponer públicamente mediante la palabra. De hecho, en la Atenas democrática de los siglos V y IV a.C., los principales políticos eran designados como *rhétores* (Ramírez-Vidal, 2011). Pero el germen y desarrollo de la actual concepción de debate electoral se generó a partir de la segunda mitad del siglo XX; según Juárez-Gámiz (2021) en el origen internacional de los debates se han sucedido tres etapas: una pionera entre 1958 y 1974, otra de transición entre 1980 y 1997, así como una tercera o adaptativa desde 2001 a 2016.

Estados Unidos fue la cuna del debate electoral mediático desde mediados del siglo pasado. Pese a que los antecedentes del debate televisivo son diversos, el debate presidencial del 26 de septiembre de 1960 entre Richard Nixon y el demócrata, John Fitzgerald Kennedy, marcó el comienzo de una nueva forma de entender la comunicación política. Dicho enfrentamiento originó una novedosa manera de hacer campaña y ganarse a la opinión pública mediante la primacía de la imagen y el espectáculo mediático (Padilla-Castillo, 2014). Igualmente sentó precedente al configurar un proceso de negociación y organización de los debates, característica que se ha mantenido hasta la actualidad (Self, 2005). Autoras como Turkenburg (2022) aseguran que el primer debate emitido por televisión fue en 1956 cuando la senadora republicana Margaret Chase Smith se enfrentó a la ex primera dama Eleanor Roosevelt en el programa de la CBS *Face the Nation*.

3.2. Primeros debates electorales europeos y consolidación en el resto de Europa

El viejo continente cuenta con una longeva experiencia en relación con los enfrentamientos televisivos entre aspirantes a gobernar los Estados de la Unión Europea. Este largo recorrido se debe a países como Suecia, coetáneo prácticamente con el origen del debate estadounidense. El país es pionero en materia de debates electorales cuyos inicios se hallan en el debate radiofónico¹ de los años treinta, a partir de 1958 los rasgos de esos encuentros se trasladaron a la televisión donde los periodistas controlaban los tiempos sin hacer preguntas. En 1998 cambió esa peculiaridad y en aquella campaña

¹ El debate radiofónico sueco nació antes incluso que el del modelo estadounidense de primarias republicanas celebrado en 1949 y emitido desde las instalaciones de la emisora KEX-ABC (en Portland), donde se enfrentó Thomas Dewey frente su compañero de partido Harold Stassen.

electoral algunas televisiones permitieron mayor libertad, sin medir meticulosamente los tiempos de intervención. Durante el siglo XXI, los políticos aceptan los debates con normalidad y en 2018 se producen cuatro debates entre los líderes de los partidos, aunque el debate final en la SVT continúa siendo el evento electoral central de la televisión sueca (Håkansson y Johansson, 2020). En el caso de Holanda, desde sus inicios en 1963, los debates contaron con la presencia de dos partidos políticos a modo de interpelación parlamentaria donde los oradores no miraban a las cámaras y el moderador se limitaba a sugerir temas y controlar tiempo de intervenciones (Kaal, 2014). En la década de 1980, los debates televisivos alcanzaron mayor profesionalización mientras que 2002 se caracterizó por su volatilidad electoral; en 2010 se produjo un debate con los cuatro líderes de los partidos mayoritarios. En estas seis décadas, los debates holandeses han experimentado una creciente volatilidad de fragmentación de partidos (Kleinnijenhuis, 2020).

En Alemania, durante la antigua República Federal, se produjeron los primeros pasos hacia los debates electorales, concretamente entre 1969 y 1987. El origen se sitúa en la tradición electoral alemana denominada «ronda de elefantes» o *Elefantenrunde*, originada en 1969 y basada en una entrevista conjunta realizada tanto al canciller como a todos los candidatos; evitaba la confrontación directa, las preguntas estaban pactadas y no se limitaba el turno de palabra². En la actualidad, la «ronda de elefantes» se efectúa la misma noche electoral y cuenta con la participación de los líderes de los principales partidos, un hecho que se ha extendido a Austria o Suiza. A raíz de 2002 se produjo un giro en los formatos de debate al introducirse el *TV-Duell* o *duelo* donde se enfrentaban dos candidatos «cara a cara», un hecho que se mantuvo durante años. Entre 2002 y 2007 se produjeron seis «cara a cara», Angela Merkel (CDU) se midió al entonces el canciller Gerhard Schröder en 2005 en un debate con gran audiencia que sirvió de modelo para las elecciones realizadas en 2009, 2013 y 2017. Los debates entre candidatos a canciller se han ritualizado con los años: reglas negociadas, respuestas a los periodistas y falta de interpelación entre candidatos. Tras las elecciones parlamentarias de 2017 y las europeas de 2019 los antiguos partidos minoritarios experimentaron un fortalecimiento y el SPD descendió, estas transformaciones se tradujeron en la realización de debates adicionales de los partidos pequeños en la televisión pública como sucedió en 2013 donde participaron tres candidatos y en 2017 con cinco protagonistas (Holtz-Bacha, 2020). En el caso de Austria, el primer debate se produjo en 1970 con dos candidatos y sin periodistas, repitiéndose el formato en las elecciones ordinarias posteriores a 1975 con un presentador que sólo controlaba los tiempos. En 1990 se introdujo el denominado *Elefantenrunde* o mesa redonda de elefantes, un nuevo modelo donde debatían los candidatos de los cuatro partidos con representación parlamentaria; esto cambió en 1994 cuando los candidatos de esas cuatro formaciones realizaron debates cortos en directo o *Zweierkonfrontationen* (enfrentamientos uno a uno), incrementando notoriamente estos enfrentamientos mediáticos hasta diez por elección y llegando a los quince debates en 2013. En las elecciones parlamentarias de 2019 se organizaron 43 debates individuales y grupales en siete canales de televisión tanto públicos como privados (Eberl, Kathirgamalingam y Boomgaarden, 2020). Por otro lado, en Francia el debate «cara a cara» estuvo implantado desde sus inicios en 1974 con el encuentro dialéctico entre el socialista François Mitterrand y la republicana Valéry d'Estaing. En 2017 se produjo un giro en la política francesa y el aumento del número de debates hasta un total de once; ello provocó que las televisiones organizaran debates entre 2016 y 2017 de las primarias de los partidos tanto de derechas como de izquierdas. En esos comicios presidenciales se produjo un hecho

2 Delle Done, F. (2015, 6 de octubre). *Debate electoral en Alemania (1): la ronda de los elefantes*. Eleccionesenalemania.com. <https://eleccionesenalemania.com/2015/10/06/debate-electoral-en-alemania-1-la-ronda-de-los-elefantes/>

sin precedentes gracias a la celebración de debates durante la primera vuelta electoral donde cinco partidos participaron en el primero de ellos y once en el segundo de estos eventos. Posteriormente, el debate continuó desarrollándose en la segunda ronda entre los dos candidatos que habían pasado la fase previa, como venía siendo habitual en otras elecciones (Maarek, 2020).

Algunos países como España o Italia incorporaron estos eventos mediáticos en 1993 y 1983, respectivamente, aunque tuvieron que pasar varios años para su vuelta; el debate español no se retomó hasta 2008 y el italiano hasta 1994. Ambos países han seguido caminos muy diferentes en torno a los debates ya que en Italia no han vuelto a celebrarse en televisión desde los dos «cara a cara» entre Silvio Berlusconi y Romano Prodi en 2016 (Gallego-Reguera, 2016). Desde el primer «cara a cara» entre Felipe González y José María Aznar en 1993, la práctica de debates españoles se ha plasmado con una pauta desigual o sin una continuidad al pasarse de esos formatos entre dos líderes principales a otros con una presencia de mayor número de protagonistas. Una transformación que comenzó en 2015 con la aparición de nuevos partidos, quedando atrás el bipartidismo imperado durante años del que dependió bastante la realización o no de debates. La nueva interrelación conlleva una mayor posibilidad de que alguno de esos actores se decante por la celebración de debates (Castromil y Rodríguez, 2019). Además de la participación de cuatro o cinco candidatos, la evolución experimentada por el debate electoral en España entre 2016 y 2019 generó en los moderadores la posibilidad de preguntar o repreguntar, creando así un debate más ligero para la audiencia (Marín-Pérez, 2020). La aparición de los debates televisados Croacia o Reino Unido se produjo de manera más tardía, en el primero de ellos surgió durante la segunda vuelta de las presidenciales de 2005 con la participación de dos candidatos; la tradición croata por celebrar este tipo de actos mediáticos se inició incluso antes de 2013 cuando el país entró en la Unión Europea. Los debates son habituales en las presidenciales mediante una primera ronda en diciembre donde participan múltiples candidatos y una segunda vuelta en enero del siguiente año con debates entre dos protagonistas; desde 2014, Croacia cuenta con una legislación fijada explícitamente para los comicios parlamentarios (Grbeša, 2020). La puesta en marcha de debates británicos tuvo que esperar hasta las elecciones generales de 2010 cuando participaron tres candidatos en un total de tres citas televisivas. En 2015 volvió a desarrollarse un debate electoral, esta vez con la presencia de siete líderes políticos en el plató (Bailey, 2020). Antes de que Reino Unido abandonase la Unión Europea, en las generales de 2019 se realizaron debates con multitud de candidatos, pero la principal novedad que introdujeron estas elecciones fue el «cara a cara» entre el conservador Boris Johnson y el laborista Corbyn; de los dos debates organizados, el celebrado en la ITV fue la primera vez en la historia del país que dos candidatos de enfrentaron mediante dicho formato³.

Los principales países europeos no son los únicos organizadores de debates electorales, existe una amplia lista de Estados miembros de la UE que recurren a este tipo de citas mediáticas: Bélgica, Irlanda, Lituania y Dinamarca en 2019. En cambio, Grecia no llevó a efecto el debate programado para las parlamentarias de ese año debido a la falta de acuerdo de los partidos sobre el formato. En 2020 fue el turno de los debates de Polonia y Eslovaquia mientras que en 2021 la República Checa acogió los super debates o *superdebata* y Bulgaria celebró varios debates tanto en la primera como en la segunda vuelta de sus presidenciales. Durante los primeros seis meses de 2022, Portugal vivió un hecho sin precedentes tras la realización de 31 debates electorales; también Malta y Eslovenia

³ La Información (2019, 20 de noviembre). Cara a cara entre Johnson y Corbyn: el Brexit, 'postbrexit' y las encuestas. *La información.com*. <https://www.lainformacion.com/mundo/johnson-corbyn-contraponen-planes-salir-laberinto-brexit/6521184/>.

organizaron debates en ese periodo de tiempo. Europa presenta una heterogeneidad en cuanto a la asunción o incorporación de los debates electorales donde los diferentes contextos políticos de cada Estado han propiciado su ejecución desde mediados del siglo XX.

4. Resultados

Una vez realizado el análisis de los 119 casos televisados entre enero 2019 y junio de 2022, el presente trabajo de investigación ha obtenido las principales características de los debates electorales europeos a partir de las diferentes variables estudiadas, captándose así la información relativa a tres elementos fundamentales de un debate: los candidatos, la duración o medición de tiempos y la presencia de otros actores (moderadores y público).

4.1. Número de candidatos y su posición en el plató

Los datos de la Tabla 2 muestran que los debates en Europa tienen como protagonistas a dos candidatos en el 39,5 % (47 casos) aunque seguidos muy de cerca por aquellos donde aparecen más de cinco candidatos, es decir, el 37,8 % (45 casos). Ello indica una diferencia mínima entre ambos modelos de debate. Si se comparan los porcentajes de debates «cara a cara» con la suma global de aquellos que emplean más de dos candidatos (60,5 %), se aprecia un contraste notorio que demuestra cómo en Europa se han celebrado un mayor número de debates con tres o más candidatos.

Tabla 2.

Número de candidatos participantes en los debates

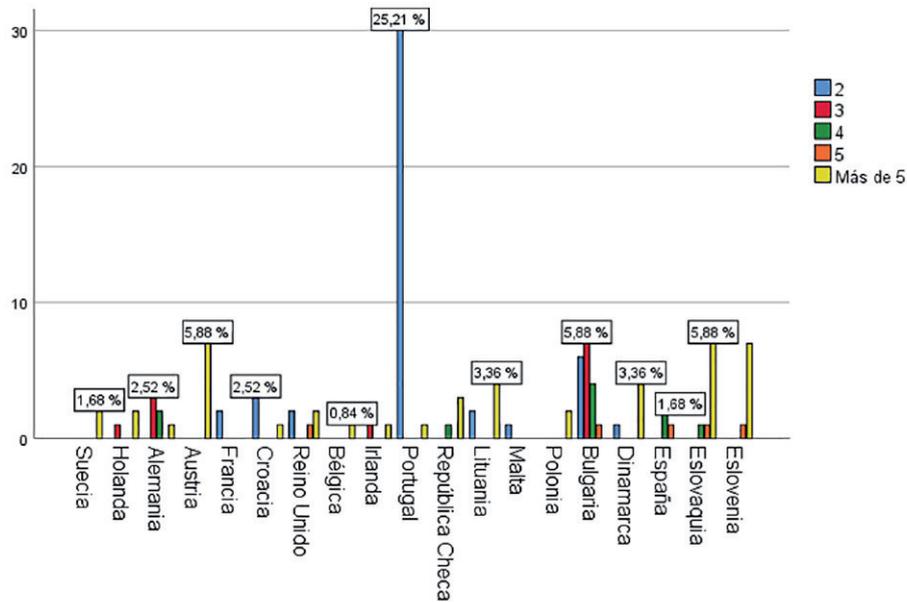
Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
2	47	39,5	39,5	39,5
3	12	10,1	10,1	49,6
4	10	8,4	8,4	58,0
5	5	4,2	4,2	62,2
Más de 5	45	37,8	37,8	100
Total	119	100,0	100,0	

Fuente. Elaboración propia.

En el periodo analizado, como refleja la Figura 1, en alguna ocasión todos los países realizaron un debate con más de cinco líderes, excepto Francia y Malta; estos últimos sólo desarrollaron modelos «cara a cara». Tampoco contaron con más de cinco protagonistas los debate en España ni en Bulgaria, aunque en estos casos los porcentajes mayores se concentraron en las citas mediáticas con cuatro y tres candidatos respectivamente. Los siete debates celebrados en Austria fueron con más de cinco candidatos, ello supone el 5,9 % del total, situando en la primera posición al país austriaco. Respecto a los «cara a cara», Portugal fue el país con más eventos de estas características, los 30 debates de este tipo suponen el 62,7 % del total de los países. Sin embargo, los datos arrojan un amplio número de Estados que no realizaron eventos mediáticos protagonizados por dos candidatos: Eslovaquia, Eslovenia, Holanda, Alemania, Bélgica, Irlanda, República Checa, Polonia y España.

Figura 1.

Número de candidatos participantes en cada país



Fuente. Elaboración propia.

Respecto a la posición de los participantes en el espacio físico del decorado televisivo (Tabla 3), los datos recopilados indican que los candidatos aparecen fundamentalmente de pie en sus atriles, un hecho que ocurre en el 68,2 % de los casos; la opción de que los protagonistas aparezcan sentados es la segunda más usada (29,4 %).

Tabla 3.

Posición de los candidatos en el plató

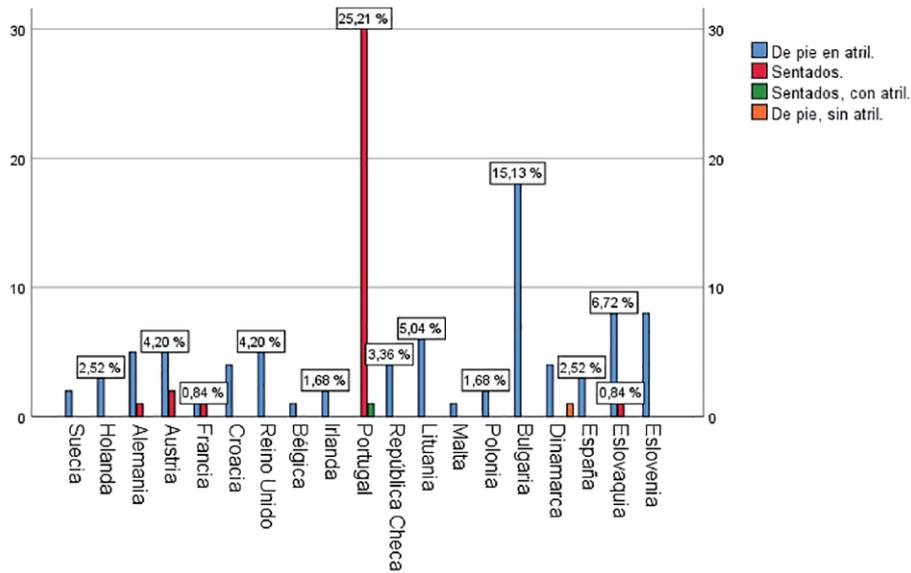
Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De pie en atril	82	68,2	68,2	68,2
Sentados	35	29,4	29,4	98,3
Sentados, con atril	1	,8	,8	99,2
De pie, sin atril	1	,8	,8	100,0
Total	119	100,0	100,0	

Fuente. Elaboración propia.

Los resultados plasmados en la Figura 2 muestran la tendencia dominante a aparecer de pie en el atril, a excepción de Portugal con un elevado número de debates cuyos protagonistas están sentados; el país luso es el único donde se produce un evento cuyos candidatos están sentados y con un atril. Igualmente, en uno de los cinco debates celebrados en Dinamarca, los protagonistas aparecieron de pie y sin atril, otro hecho peculiar en comparación con las características del resto de Estados.

Figura 2.

Posición de los candidatos en plató por país de debate



Fuente. Elaboración propia.

4.2. Duración del debate y cronometraje de las intervenciones

El tiempo es un factor condicionante en los debates electorales. En este sentido, la duración media es inferior a los sesenta minutos (41,2%), ello refleja que los debates europeos no son largos y su desarrollo no supera la hora, como se aprecia en la Tabla 4. En Bulgaria, su único debate duró menos de una hora; el 93,5% de los debates en Portugal fueron también de estas características, o sea, 29 casos concretos. Lo mismo sucedió en Bulgaria (88,9%) y en Reino Unido donde de los cuatro debates, el 50% fue de este tipo mientras que otro se prolongó entre 60 y 90 minutos y el cuarto osciló entre los 91 y 120 minutos.

Tabla 4.

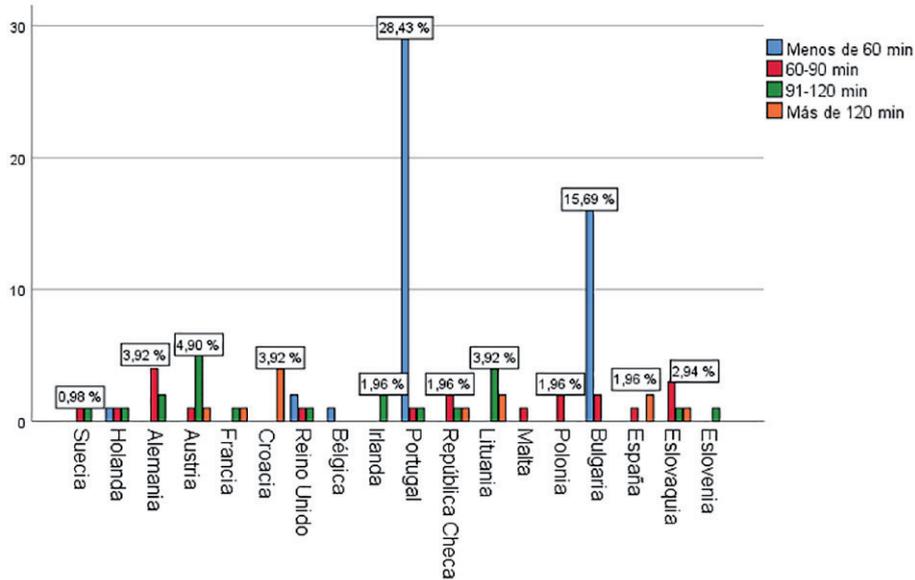
Duración del debate

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos de 60 min	49	41,2	48,0	48,0
60-90 min	20	16,8	19,6	67,6
91-120 min	21	17,6	20,6	88,2
Más de 120 min	12	10,1	11,8	100,0
Total	102	85,7	100,0	
Perdidos: No existe dato	17	14,3		
Total	119	100,0		

Fuente. Elaboración propia.

Los debates largos con más de dos horas de duración son los que menos se producen en Europa (10,1%). Por ejemplo, los cuatro debates croatas (100%) superaron los 120 minutos. En este grupo se encuentra España con el 66,7% de los tres debates celebrados en 2019; además de Francia con uno de los debates desarrollados (50%), el «cara a cara» de la segunda vuelta entre Macron y Le Pen en 2022 (Figura 3).

Figura 3.
 Duración del debate por países



Fuente. Elaboración propia.

En cuanto al cronometraje o medición de las intervenciones, la mayoría de los debates estudiados (47,9%) no presentan un control férreo de la duración del turno de palabra de cada candidato en ninguno de los bloques; en el 31,9% de los casos sí se regulan los tiempos a lo largo del transcurso del debate (Tabla 5).

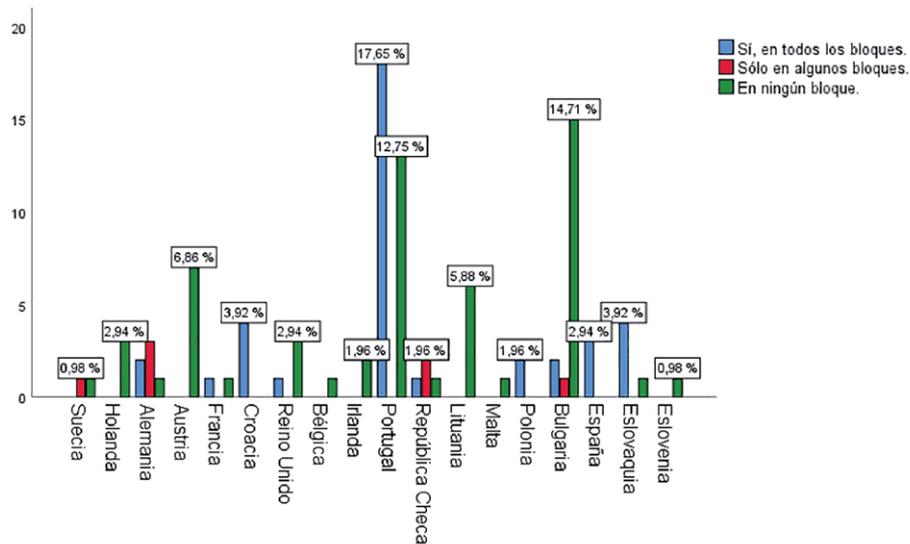
Tabla 5.
 Medición del tiempo de intervención

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí, en todos los bloques	38	31,9	37,3	37,3
Sólo en algunos bloques	7	5,9	6,9	44,1
En ningún bloque	57	47,9	55,9	100,0
Total	102	85,7	100,0	
Perdidos: En Ningún bloque	17	14,3		
Total	119	100,0		

Fuente. Elaboración propia.

Como recoge la Figura 4, entre los países donde no se controla el tiempo destacan Holanda, Austria, Malta, Lituania, Bélgica, Irlanda y Eslovenia; en Polonia o Croacia ocurre todo lo contrario y sí se miden los tiempos en todos los bloques. También están Portugal y Eslovaquia donde la tendencia oscila, en mayor medida, a cronometrar las intervenciones.

Figura 4.
 Medición del tiempo por país de debate



Fuente. Elaboración propia.

4.3. Presencia de moderadores y público

En el desarrollo de esta investigación también se ha puesto el foco en analizar la presencia o no de otros actores de los debates, tal y como se muestra en la tabla 6: moderadores y público. Los debates con un moderador representan la tónica habitual en Europa según constata el 77,3% perteneciente a 92 eventos del total analizado; la presencia de dos moderadores se produce en el 20,2% de los casos, mientras que en menor medida (2,5%) se encuentran debates con tres profesionales encargados de conducir el programa televisado.

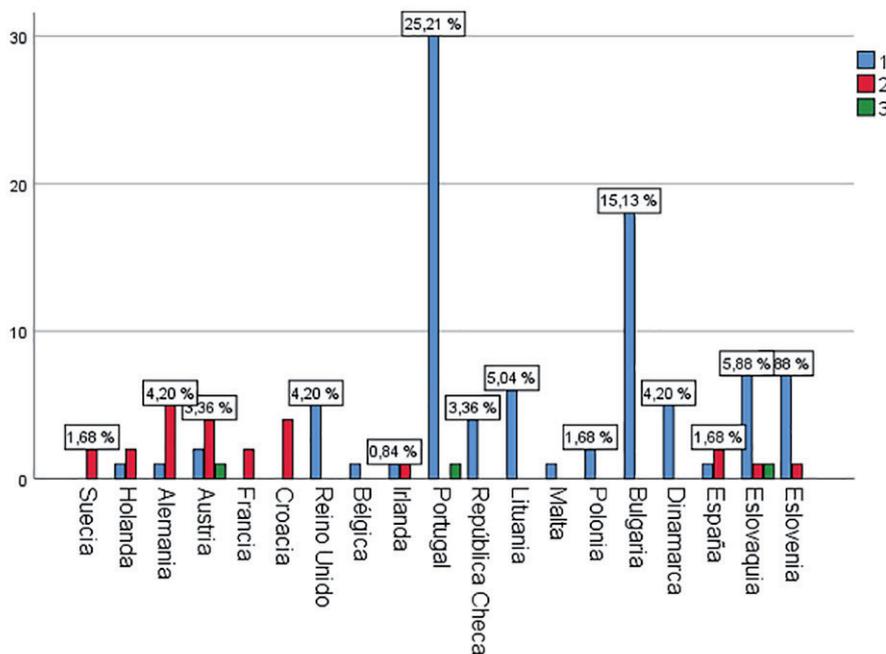
Tabla 6.
 Número de moderadores

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	92	77,3	77,3	77,3
2	24	20,2	20,2	97,5
3	3	2,5	2,5	100,0
Total	119	100,0	100,0	

Fuente. Elaboración propia.

En la figura 5 se observa que entre las naciones europeas cuyos debates son moderados por una persona se encuentran Reino Unido, República Checa, Lituania o Polonia, dándose esta circunstancia en el 100 % de sus debates. También, con menor porcentaje, en este grupo se encuadran Portugal (96 %), Eslovenia (87 %) y Eslovaquia (77 %). En cambio, países como Francia, Suecia y Croacia reflejan una tendencia hacia la presencia de dos moderadores que se evidencia en el 100 % de sus debates; también aparecen dos moderadores en Alemania (85 %), España (66 %) y Austria (57 %).

Figura 5.
 Número de moderadores en cada país



Fuente. Elaboración propia.

Por otro lado, mayoritariamente el modelo de debate europeo no cuenta con presencia de espectadores en el plató o emplazamiento donde se desarrollan los enfrentamientos dialécticos. La ausencia de público se observa en 90 debates, ello demuestra que el 75,6 % de los casos estudiados no contempla asistencia física de personas (Tabla 7).

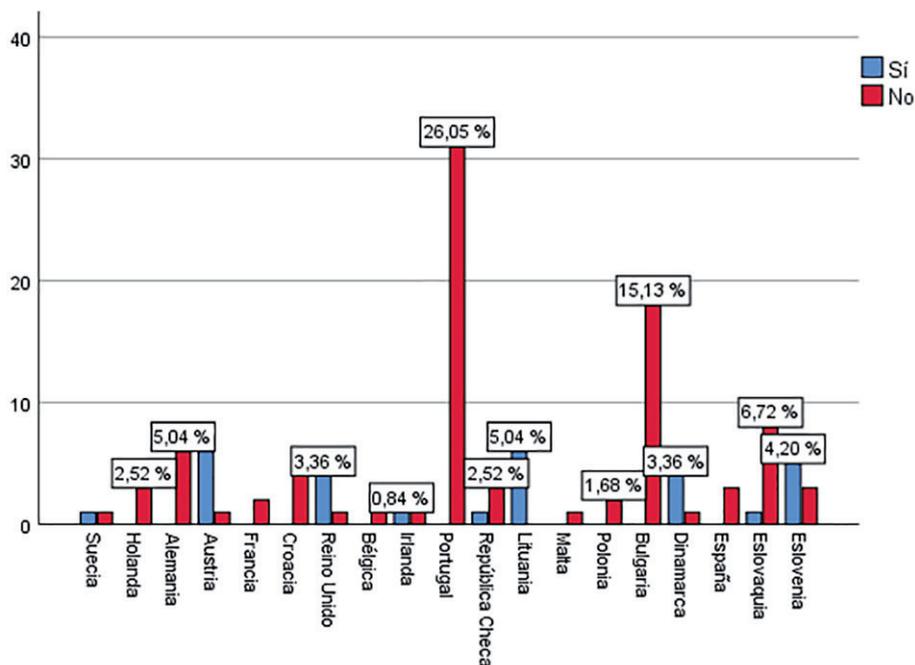
Tabla 7.
 Presencia de público

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	29	24,4	24,4	24,4
No	90	75,6	75,6	100,0
Total	119	100,0	100,0	

Fuente. Elaboración propia.

En la figura 6 se muestra que los debates con presencia de público se emitieron bajo este formato en 100 % de los eventos celebrados en Lituania. Del mismo modo, la presencia física de espectadores se manifestó en el 80 % de las experiencias llevadas a cabo en Austria, Reino Unido y Dinamarca, sin olvidar Eslovenia (62 %). También están República Checa (25 %) y Eslovaquia (11 %), cuyos reducidos porcentajes indican que se desarrollaron algunos debates con público aunque la tónica dominante en estos Estados fue la falta de espectadores en el lugar de celebración de la cita mediática. Por último, Suecia e Irlanda presentan la misma tesitura: el 50 % de sus debates tuvieron público y la otra mitad no.

Figura 6.
 Presencia de público en los debates por países



Fuente. Elaboración propia.

5. Conclusiones

Una de las principales singularidades que se desprenden de esta investigación tiene que ver con la cantidad de debates que se celebran en Europa. La prueba de ello se observa a primera vista con el número de unidades de análisis estudiadas, un total de 119 que se sucedieron en un periodo de 42 meses (enero 2019- junio 2022). De los actuales 28 miembros de la Unión Europea se han estudiado los debates de 18 de ellos, esta cifra supone el 64,4 % de los Estados europeos; a ello se une Reino Unido, aunque los debates británicos se produjeron antes del BREXIT. Ello demuestra que el debate electoral está consolidado en los diversos sistemas políticos europeos, como sostiene García Marín (2015) se trata del evento estrella de la campaña electoral desde que apareció por primera vez en Estados Unidos y se expandió a los demás sistemas democráticos. Una idea que Rabadán (2017)

focaliza en el caso español cuando afirma que el debate ha sido siempre el momento más importante de la campaña electoral.

A su vez, la tradición de debates electorales está muy consolidada en Europa no sólo por la cantidad de celebraciones que se desarrollan de cara a las elecciones de los diferentes países, también desde la perspectiva histórica se ha comprobado cómo desde finales de los años cincuenta surgieron los primeros casos de debates (Suecia) que se extendieron por el resto del continente en las décadas posteriores. Un origen cronológico casi similar al de los Estados Unidos, cuna de los debates electorales tal y como se conciben en la actualidad (OE1). Los debates electorales no son eventos autónomos, forman parte de una época y del discurso político de un país, así como de su cultura política (Chihu-Amparán, 2022), por ello y a pesar del camino recorrido, todavía quedan por definirse cuestiones como la obligatoriedad por ley de la celebración de debates, un hecho que en países como España aún no se contempla.

Aunque Paniagua (2003) defiende que el éxito de estos eventos se logra con agilidad de respuesta, capacidad de dominio del discurso y riqueza comunicativa; los detalles sobre la celebración del debate son sumamente importantes dado que tienen sus efectos en la creación de la imagen de los candidatos (Canel, 2001). Por ello, la novedad de esta investigación reside en el análisis de los elementos que configuran el desarrollo de los debates electorales europeos para así conocer las singularidades de sus formatos.

Si profundizamos en los resultados que se desprenden del presente trabajo de investigación, los debates electorales europeos están protagonizados por un amplio número de candidatos. Entre enero de 2019 y junio de 2022, la celebración de debates con más de dos candidatos es superior a aquellos integrados por dos líderes políticos. Sin embargo, a tenor de las clasificaciones establecidas, el formato «cara a cara» continúa empleándose, aunque con un escaso margen respecto a los debates donde aparecen más de cinco candidatos; validándose así la hipótesis que se defiende en este estudio realizado sobre los debates electorales en Europa. Pese a que los inicios de los debates en algunos países contaron con la participación de varios candidatos (Alemania o Austria), mediante el presente estudio queda evidente que el modelo europeo se halla en un proceso de cambio caracterizado por la participación de más protagonistas durante su desarrollo; debido, entre otros aspectos, al aumento en muchos territorios de formaciones políticas como ocurre en el caso de España donde se ha pasado del «cara a cara» a contar con cinco candidatos en el plató de televisión. En el contexto europeo, la ruptura de los sistemas bipartidista ha traído formatos de tres, cuatro y hasta cinco o siete candidatos, al mismo tiempo que la ronda de partidos minoritarios (Rúas- Araujo, Campos-Freire, López-López, 2020).

Como se ha observado en este trabajo de investigación, los debates más multitudinarios suelen darse en la primera ronda de aquellos Estados donde su sistema electoral contempla la doble vuelta y, más tarde, los enfrentamientos mediáticos son protagonizados por los dos candidatos que se disputan la segunda vuelta; así ocurrió en Lituania, Bulgaria y Croacia. La excepción se encuentra en el caso francés de 2022 donde no hubo debates con varios candidatos durante la primera fase electoral, sólo se organizó un debate con dos aspirantes a presidir la República Francesa, además del «cara a cara» entre Macron y Le Pen perteneciente a la segunda ronda electoral. Por el contrario, el sistema de Portugal no es de doble vuelta, pero antes del debate final con todos los candidatos se dieron las

circunstancias para que los espectadores lusos pudiesen ver una serie de 30 eventos «cara a cara» de manera correlativa.

Atendiendo a los datos extraídos mediante el análisis de contenido cuantitativo y cualitativo, se aprecia una tendencia en el modelo o formato de debate europeo donde los políticos aparecen de pie en sus atriles, con una duración inferior a la hora de prolongación y sin que se midan los tiempos de intervención. Ello evidencia una predisposición por la brevedad y la no limitación de las interpelaciones mediante el cronometraje, aspectos que contribuyen a un menor encorsetamiento de los debates y un mayor dinamismo. Desde el punto de vista de otros actores que puedan intervenir en la configuración de estas citas televisadas entre candidatos, los casos europeos tienden mayoritariamente a ser moderados por una persona sin presencia física de público en el plató (OE 2).

En general, se aprecia cómo el debate europeo ha ido evolucionando o incorporando a sus formatos la presencia de más candidatos en ciertos países (España, Francia o Reino Unido), adaptándose a las circunstancias cambiantes de cada territorio y a la irrupción en muchos casos de nuevas formaciones políticas (OE3). Este elemento de comunicación política es usado por la mayoría de los estados miembros de la Unión Europea con constante asiduidad antes de sus principales procesos electorales, algunos en mayor o menor medida, pero ello no quita que Europa sea un continente con recorrido y consolidación en el plano de los debates electorales televisados.

Referencias

- Abela, J. A. (2002). Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada. [Archivo pdf].
<https://bit.ly/3TWc6to>
- Abramowitz, A. I. (1978). The Impact of a Presidential Debate on Voter Rationality. *American Journal of Political Science*, 22(3), 680–690.
<https://doi.org/10.2307/2110467>
- Aigner, M. (2009). Análisis de contenido. Una introducción. *La Sociología En Sus Escenarios*, 3.
<https://bit.ly/3DxHPfo>
- Bailey, R. (2020). Planets Seldom Align: A Hit and the Misses of United Kingdom Television Election Debates. En J. Juárez-Gámiz, C. Holtz-Bacha & A. Schroeder (Eds.), *Routledge International Handbook On Electoral Debates* (pp.119-127). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780429331824-16>
- Barrientos, A., Caldevilla, D. y Vargas, J. (2019). El protocolo, la puesta en escena y la persuasión en los debates políticos televisados. *Redmarka. Revista de Marketing Aplicado*, 23(3), 17-27.
<https://doi.org/10.17979/redma.2019.23.3.5872>
- Burgal Jiménez-Mena, J. R. (2013). Análisis de los debates de las campañas electorales de 2008 y 2011 en España [Trabajo Fin de Máster, Universidad de Sevilla] Depósito de investigación US. <https://bit.ly/3DcLNZ4>
- Canel, M. J. (1998). Los efectos de las campañas electorales. *Communication & Society*, 11(1), 47-67.
<https://doi.org/10.15581/003.11.36422>
- Canel, M. J. (2001). *Comunicación política: técnicas y estrategias para la sociedad de la información*. Tecnos.
- Castromil, A. y Rodríguez, R. (2019). «Del «cara a cara» a los debates «a cuatro» en España». En E. Conde-Vázquez, J. Fontenla-Pedreira y J. Rúas-Araújo (Eds.), *Debates electorales televisados: del antes al después* (pp.27-47). Cuadernos Artesanos de Comunicación. <https://bit.ly/3WzeMP7>

- Chihu-Amparán, A. (2021). Frames de la comunicación. Los debates presidenciales en México 2018. *Inter disciplina*, 10(26), 241-265.
- Crespo, I., Carletta, I., Garrido, A. y Riorda, M. (2011). *Manual de comunicación política y estrategias de campaña: candidatos, medios y electores en una nueva era*. Editorial Biblos.
- Delle-Done, F. (2015, 6 de octubre). Debate electoral en Alemania (1): la ronda de los elefantes. *Eleccionesenalemania.com*. <https://bit.ly/3N9XAMt>
- Eberl, J. M., Kathirgamalingam, A. y Boomgaarden, H. G. (2020). Austria: On the Road to Peak TV Debate? En J. Juárez-Gámiz, C. Holtz-Bacha & A. Schroeder (Eds.), *Routledge International Handbook On Electoral Debates* (pp. 129-138). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780429331824-17>
- Galindo, F. y Regueira J. (2019). En el exoesqueleto: La reproducción de la campaña electoral. En Conde-Vázquez, J. Fontenla-Pedreira y J. Rúas-Araújo (Eds.), *Debates electorales televisados: del antes al después* (pp. 49-65). Cuadernos Artesanos de Comunicación. <https://bit.ly/3PFCSFB>
- Gallego-Reguera, M. (2016). El regreso del cara a cara en España: la organización profesional de los debates electorales televisados entre candidatos a la presidencia del gobierno en 2008. [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. Repositorio Institucional UCM. <https://bit.ly/3U361eQ>
- García-Marín, J. (2015). La cobertura mediática de los debates electorales en España. *Revista Española De Ciencia Política*, 38, 135-161. <https://bit.ly/3WcdNoG>
- Grbeša, M. (2020). Televised Debates in Croatia: Lost in Regulation. En J. Juárez-Gámiz, C. Holtz-Bacha & A. Schroeder (Eds.), *Routledge International Handbook On Electoral Debates* (pp. 167-174). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780429331824-21>
- Håkansson, N. y Johansson, B. (2020). Swedish Election Debates: A Long Tradition Adapting to New Times. En J. Juárez-Gámiz, C. Holtz-Bacha & A. Schroeder (Eds.), *Routledge International Handbook On Electoral Debates* (pp. 139-146). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780429331824-18>
- Herrero, J. C. y Benoit, W. L. (2009). Análisis funcional de los debates en las elecciones generales de 2008. *Zer: Revista de estudios de comunicación/Komunikazio ikasketen aldizkaria*, 27, 61-81. <https://bit.ly/3TE448K>
- Holtz-Bacha, C. (2020). From the Heavyweights' Debate to the Duel: The Development of Television Debates in Germany. En J. Juárez-Gámiz, C. Holtz-Bacha & A. Schroeder (Eds.), *Routledge International Handbook On Electoral Debates* (pp. 147-155). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780429331824-19>
- Juárez-Gámiz, J. (2021). *Los debates electorales en la democracia contemporánea. Apuntes para analizar su presencia, función y evolución en las campañas*. Instituto Nacional Electoral.
- Kaal, H. (2014). De cultuur van het televisiedebat-Veranderende percepties van de relatie tussen media en politiek, 1960-heden. *Tijdschrift voor geschiedenis*, 127(2), 293-316.
<https://doi.org/10.5117/TVGESCH2014.2.KAAL>
- Kleinnijenhuis, J. (2020). Televised Election Debates in the Netherlands: Indirect Effects on Party Preferences through Media Coverage. En J. Juárez-Gámiz, C. Holtz-Bacha & A. Schroeder (Eds.), *Routledge International Handbook On Electoral Debates* (pp. 175-187). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780429331824-22>
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología del análisis de contenido. Teoría y práctica*. Paidós.
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage publications.

- Lagares-Diez, N., Jaráiz-Gulías, E. y Castro-Martínez, P. (2020). La percepción de los debates como factor de decisión en el comportamiento electoral en las Elecciones Generales de abril de 2019. *Revista Latina de Comunicación Social*, 76, 39-58.
<https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1436>
- La Información (2019, 20 de noviembre). Cara a cara entre Johnson y Corbyn: el Brexit, 'postbrexit' y las encuestas. *La Información*. <https://bit.ly/3DfzmV4>
- Lledó, P. (2001). La influencia de los debates electorales sobre la decisión de voto. *Revista Española De Ciencia Política*, 5, 143-170. <https://bit.ly/3HDM7nG>
- Luengo, Ó. G. (2011). Debates electorales en televisión: una aproximación preliminar a sus efectos inmediatos. *Revista Española de Ciencia Política*, 25, 81-96. <https://bit.ly/3gRz5r6>
- Maarek, P. J. (2009). *Marketing político y comunicación: claves para una buena información política*. Paidós.
- Maarek, P. J. (2020). French Television Debates: Just Audience or True Influence? En J. Juárez-Gámiz, C. Holtz-Bacha & A. Schroeder (Eds.), *Routledge International Handbook On Electoral Debates* (pp. 197-209). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780429331824-24>
- Marín-Pérez, B. (2020). El debate electoral cara a cara (1993-2019): nacimiento, desarrollo y retos de un formato de televisión consolidado en España con audiencias millonarias. *Razón y Palabra*, 23(105).
<https://bit.ly/3NbgkuW>
- Marín, B. (2003). Debates electorales por televisión. En S. Berrocal (Coord.), *Comunicación Política en Televisión y Nuevos Medios* (pp. 207-244). Ariel.
- Marín, B. (2006). Modelos y formatos de debates electorales cara a cara por televisión. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 11, 39-55.
[https://doi.org/10.35742/rcci.2006.11\(0\).39-55](https://doi.org/10.35742/rcci.2006.11(0).39-55)
- Mazzoleni, G. (2014). *La comunicación política*. Alianza Editorial.
- Muñoz-Alonso, A. y Rospir, J. I. (1999). *Democracia mediática y campañas electorales*. Ariel.
- Ortega-Gunckel, C., Núñez-Mussa, E. y Porath, W. (2022). Comparación entre la cobertura de la prensa a campañas presidenciales y la agenda de los periodistas que conducen debates. *Comunicación y Sociedad*, 19, 1-24.
<https://doi.org/10.32870/cys.v2022.8177>
- Padilla-Castillo, G. (2014). La espectacularización del debate electoral: estudio del caso en Estados Unidos. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 132, 162-180.
<https://doi.org/10.15178/va.2015.132.162-180>
- Paniagua, J. (2003). Comunicación política electoral. Elecciones autonómicas de Andalucía en 2000. [Tesis Doctoral, Universidad de Málaga]. Repositorio Institucional UMA. <https://bit.ly/3DADwEb>
- Rabadán, P. J. (2017). Tendencias de la comunicación política en la televisión en la campaña electoral del 26-J de 2016 en España. *Comunicación y hombre*, 13, 67-83. <https://bit.ly/3TGm4Q0>
- Raigada, J. L. P. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Sociolinguistic studies*, 3(1), 1-42.
<https://doi.org/10.1558/sols.v3i1.1>
- Ramírez-Vidal, G. (2011). La dimensión política de la retórica griega. *Rétor*, 1(1), 84-103. <https://bit.ly/3sD6usg>
- Rúas-Araújo, J., Campos-Freire, F. y López-López, P. (2020). Historia, evolución, audiencia y agenda temática de los debates electorales televisados en España dentro del contexto europeo. *Estudios sobre el Mensaje*

Periodístico, 26(2), 787-806.
<https://doi.org/10.5209/esmp.67806>

Schrott, P. R. (1990). Electoral Consequences of «Winning» Televised Campaign Debates. *The Public Opinion Quarterly*, 54(4), 567-585. <https://bit.ly/3ff5Eiv>

Self, J. W. (2005). The First Debate over the Debates: How Kennedy and Nixon Negotiated the 1960 Presidential Debates. *Presidential Studies Quarterly*, 35(2), 361-375.
<https://doi.org/10.1111/j.1741-5705.2005.00253.x>

Sierra-Rodríguez, J. (2013). Planteamientos sobre los efectos de los debates electorales en televisión: aplicación al caso español. In XXII World Congress of Political Science. <https://bit.ly/3hzNYzh>

Soengas, X. (2009). Los límites de la información en los debates pactados/The limits of information in the negotiated debates. *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, 988-999.
<https://doi.org/10.4185/10.4185/RLCS-64-2009-875-988-999>

Turkenburg, E. (2022). Televised Election Debates in a Deliberative System. *Democratic Theory*, 9(1), 1-30.
<https://doi.org/10.3167/dt.2022.090102>

Semblanza de los autores

Rafael Morales Cumplido es licenciado en Periodismo por la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla (2006-2011). Realizó el Máster en Comunicación Institucional y Política en la misma facultad (2011-2012). Ha sido redactor en diferentes medios de comunicación como: Radio Palma, Cadena Ser, El Día de Córdoba (Grupo Joly) y en la administración local. Actualmente compagina su trabajo de periodista en la Radio Televisión de Ceuta (RTVE) con su labor investigadora como doctorando en el Doctorado Interuniversitario en Comunicación perteneciente a las universidades de Sevilla, Cádiz, Málaga y Huelva.

María del Mar García Gordillo estudió periodismo en la Universidad de Sevilla (1989-1994) y se doctoró en Comunicación por la misma universidad (1998). Ha trabajado en varios gabinetes de prensa y en el Diario Sección Internacional de Sevilla. Desde 1998 imparte docencia en la Universidad de Sevilla en diferentes disciplinas siendo su especialidad la información en política exterior y el análisis de contenido. También ha participado en investigaciones sobre estudios de género y minorías étnicas. Ha ocupado varios cargos como Decano Asociado de Comunicación y Prácticas Comerciales y la Escuela de Comunicación. Actualmente es directora de la Secretaría de Práctica en Empresa y Empleo dependiente del Vicerrectorado de Transferencia Tecnológica de EE. UU. y directora del Grupo de Investigación (PAIDI SEJ-001) Estudio de Medios para el Periodismo de Calidad.

Cobertura periodística de la exhibición 'Si nuevas cadenas preparan... el pasito marcha' del artista plástico ecuatoriano Miguel Varea

Journalistic coverage of the artist's exhibition 'Si nuevas cadenas preparan... el pasito marcha' of Ecuadorian plastic Miguel Varea

María Magdalena Bravo Gallardo

Instituto Superior Para el Desarrollo ISPADE | Páez N1926 Quito, Ecuador

0000-0002-0272-7620 · mbravo@ispade.edu.ec

Fermin Galindo Arranz

Universidad Santiago de Compostela | Praza do Obradorio, 0, 15705 A Coruña, España

0000-0002-2764-2121 · fermin.galindo@usc.es

Julio Bravo Mancero

Universidad Nacional de Chimborazo | Antonio José de Sucre Riobamba, Ecuador

0000-0002-4468-9247 · jbravo@unach.edu.ec

Fechas: Recepción: 27/06/2022 · Aceptación: 19/10/2022 · Publicación: 15/01/2023

Resumen

El presente trabajo plantea un análisis sobre la cobertura periodística entre abril y agosto del año 2009, de la exhibición de pintura *Si nuevas cadenas preparan... el pasito marcha*, del artista plástico ecuatoriano Miguel Varea. Además de la discusión a partir de textos académicos de arte y periodismo, este estudio busca analizar la información cultural en los medios impresos, respecto al artista, en medio de la coyuntura de su muestra de pintura, la misma que fue mostrada en tres ocasiones, en las ciudades de Quito y Cuenca. Para ello se recurre a la metodología cualitativa y se efectúa una observación de veinte y dos documentos periodísticos, los mismos que han sido desagregados e insertados en una matriz para aplicar el valor noticioso como una alternativa de análisis de contenido, con el fin de identificar las principales características de la prensa respecto a la exposición de Varea. Este estudio permitirá reconocer las prácticas periodísticas de distintos medios impresos respecto al artista y su obra que ha promovido un potente discurso social y político. En este sentido, se busca determinar el género periodístico más utilizado, las palabras recurrentes en los textos, los titulares de las notas, los medios que le dieron mayor cobertura, identificando fuentes que contribuyeron a la construcción de las noticias en análisis. Los principales resultados indican que el género más utilizado para la cobertura de Varea han sido las notas informativas, seguido de los reportajes y artículos de opinión.

Palabras clave: periodismo cultural, exhibición, arte, Miguel Varea.

Abstract

The present work proposes an analysis of the journalistic coverage between April and August of the year 2009, of the painting exhibition 'If new chains prepare... the little country marches', by the Ecuadorian plastic artist Miguel Varea. In addition to the discussion based on academic texts on art and journalism, this study seeks to analyze the cultural information in the printed media, regarding the artist, in the midst of the conjuncture of his painting exhibition, the same one that was shown on three occasions, in the cities of Quito and Cuenca. For this, qualitative methodology is used and an observation of twenty-two journalistic documents is made, the same ones that have been disaggregated and inserted in a matrix to apply the news value as an alternative of content analysis, in order to identify the Main characteristics of the press regarding Varea's exhibition. This study will allow us to recognize the journalistic practices of different print media regarding the artist and his work, which has promoted a powerful social and political discourse. In this sense, it seeks to determine the most used journalistic genre, the recurring words in the texts, the headlines of the notes, the media that gave it the most coverage, identifying sources that contributed to the construction of the news under analysis. The main results indicate that the most used genre for coverage of Varea has been informative notes, followed by reports and opinion articles.

Keywords: cultural journalism, exhibition, art, Miguel Varea.

1. Introducción

Miguel Varea nació en Quito el 23 de octubre de 1948 en el seno de una familia conservadora de políticos e intelectuales vinculados a las leyes y a la música. Su padre y varios miembros de su familia estuvieron relacionados con la gestión pública; asunto que incidió significativamente en sus ideas y obras. Es uno de los artistas más destacados de la plástica ecuatoriana: pintor, dibujante, grabador y escritor, de gran trayectoria, que empieza desde muy joven. La crítica social y política ha sido uno de los principales elementos que componen su trabajo. Varea, de temperamento rebelde y contestatario, ha observado a profundidad diversos acontecimientos en el transcurrir de su vida para trasladarlos a sus cuadernillos y a soportes de distintos tamaños.

Han sido varios los atributos que se han destacado en su obra, uno de ellos la calidad de los trazos y la trama en sus dibujos. Miguel Varea fue un artista al que no se le escapó casi nada de la vida para dibujarlo, siempre halló un lápiz, una hoja suelta o una servilleta para dejar sus figuras y letras; y ha sido su esposa Dayuma Guayasamín¹, otra artista importante de Ecuador, quien que se ha encargado de guardar todo el archivo de la obra del maestro (Figura 1).

El presente estudio plantea reflexionar alrededor de la presencia de una de las muestras de Miguel Varea en la información cultural de los medios impresos; identificar cómo está construida la nota periodística a partir de una de las exhibiciones de pintura de un exponente importante del arte contemporáneo en el Ecuador. La literatura académica y metodológica que fundamenta este trabajo recoge los planteamientos de Bruhn (2012), Rivera (1995), Rodríguez (2006), Tuñón de Lara (1984), Bravo (2022), Contreras, Gil González (2016), López (2015), entre otros.

Se busca identificar las características de la cobertura periodística de Miguel Varea; para reconocer los géneros periodísticos que han sido tomados en cuenta para construir las piezas informativas respecto

¹ Dayuma Guayasamín, hija del pintor Oswaldo Guayasamín y de la artista y escritora Luce de Perón.

al artista; específicamente de aquello que se ha generado a partir de los eventos culturales del año 2009. Se trata de la exhibición de pintura «Si nuevas cadenas preparan... el paisito marcha», muestra con un gran componente de humor y crítica política propia del artista, con una recopilación de las obras de los últimos años, presentada por primera vez en la galería Arte Actual de la Flacso, a partir del 17 de abril de 2009; la segunda en la Casa de la Cultura Ecuatoriana, salas Oswaldo Guayasamín y Eduardo Kigman, desde el 6 hasta el 30 de mayo de 2009 y la tercera en el Salón del Pueblo de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, Núcleo del Azuay, desde 8 de julio hasta el 7 de agosto de 2009.

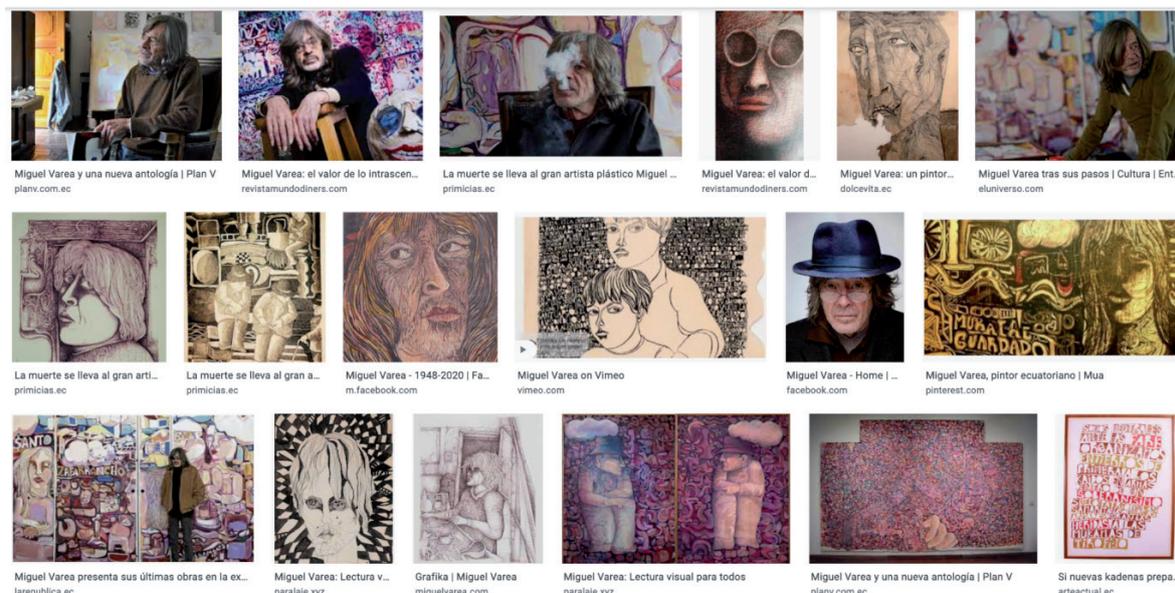
Para el análisis se han observado documentos del archivo personal de la familia Varea Guayasamín. Son en total 22 notas periodísticas recogidas, entre entrevistas, noticias, artículos de opinión y reportajes, que corresponden a distintos medios impresos del país, como *El Comercio*, *Hoy*, *El Telégrafo*, *La Hora*, *El Tiempo* y otros. También se han revisado sitios web, catálogos y dípticos de las exposiciones mencionadas, libros biográficos y fotografías del artista.

Esta investigación se justifica por el aporte de la discusión alrededor del arte plástico como elemento importante de la prensa cultural; además, porque permite proponer diálogos que fortalecen el ejercicio periodístico y la difusión del arte, promoviendo la investigación en este campo.

Los medios de comunicación son actores fundamentales que registran los acontecimientos. En ese sentido, la investigación científica en este terreno contribuye significativamente a la divulgación de las artes en su relación íntima con el periodismo; este último «se basa en la recopilación, verificación y análisis de la información, forma parte consustancial de la sociedad y de ella depende su futuro» (López, 2015, p. 15).

Figura 1.

Captura de pantalla de la búsqueda de las imágenes del artista, que indican el nombre del medio de comunicación que ha publicado sobre Varea



Fuente. Elaboración propia del collage

Esta investigación es una contribución al conocimiento de la comunicación cultural y del periodismo sobre artes plásticas; significa, además, un ejercicio de divulgación sobre el arte y sus exponentes. La cobertura periodística de las artes plásticas durante las décadas de fin de siglo pasado y los primeros años del siglo XXI tuvo un alcance importante dentro del espacio mediático, especialmente en la prensa escrita. El desarrollo de artículos sobre perfiles, exhibiciones en museos y fotografías de artistas fue una característica del periodismo cultural durante esas épocas; al respecto hace falta análisis y reflexión que permita identificar las particularidades de las noticias y otros géneros utilizados a través de los años. Uno de los géneros periodísticos más utilizados ha sido la noticia cultural; a partir de la cobertura de exhibiciones y nuevas propuestas artísticas de reconocidos maestros. El periodista ecuatoriano, entre los años de 1990 y 2010, también ha buscado entrevistar al artista de forma recurrente: diálogos y registro de fotografías en museos, salas de exposición y en talleres de arte para construir notas de las obras más importantes. En ese sentido, las secciones culturales han visibilizado el trabajo de los artistas modernos y algunos contemporáneos como: Oswaldo Guayasamín, Nelson Román, Washigton Iza, Luigi Stornaiolo, Marcelo Aguirre, Miguel Varea, entre otros. Las publicaciones de éstos y otros artistas aparecieron en páginas específicas, construidas únicamente para este campo. Se crearon, además, suplementos y revistas en donde la cobertura del arte plástico contó, luego de la literatura, quizás con espacios prodigiosos.

La metodología propuesta de este trabajo es de tipo cualitativa, las técnicas principales son el análisis de contenido de los artículos seleccionados del archivo de Miguel Varea, del año 2009, entre los meses de abril y agosto del 2009, todas relacionadas a la exposición mencionada inicialmente.

2. Metodología

Esta propuesta académica se construye a partir del análisis de veinte y dos notas de prensa del archivo personal de la familia del artista; para ello, la investigación se ha desarrollado a través de métodos cualitativos, aplicando la revisión documental, el análisis de contenido y la observación. Esta investigación cualitativa de textos mediáticos se conoce también como «análisis textuales» o, más recientemente, «análisis del discurso» (Schroder, 2012, p.181). Esta técnica le permite al investigador tomar una posición explícita para entender, exponer y fundamentar cómo el poder provoca desigualdad social (Bravo, 2022, p. 134).

Se trata de documentos impresos, digitales y fotografías del artista Miguel Varea, que han permitido identificar variables de discusión sobre la información cultural; como aporte al pensamiento periodístico y del arte.

Este método se constituye en un instrumento de respuesta a esa curiosidad natural del hombre por descubrir la estructura interna de la información, bien en su composición, en su forma de organización o estructura, bien en su dinámica. «Esta técnica centra su búsqueda en los vocablos u otros símbolos que configuran el contenido de las comunicaciones y se sitúan dentro de la lógica de la comunicación interhumana» (López, 2002, p. 173).

Mediante la aplicación del análisis de contenido «se descubre la significación que tienen los mensajes: contenidos de medios masivos de comunicación, discursos, caricaturas, historietas, entre otros. Su éxito consiste en la clasificación y codificación de los distintos elementos usando unidades de análisis»

(Bravo, 2022, p. 114). En el caso del análisis de este trabajo se propone examinar los documentos periodísticos de acuerdo a algunos valores noticiosos, que significan un sistema utilizado para tomar decisiones respecto a la inclusión o exclusión de noticias. Se plantea, de acuerdo a Bell (como se cita en Díaz, 2009) identificar valores noticiosos en los textos de los artículos seleccionados: el contenido de la noticia (la naturaleza del suceso y de los involucrados), la producción (el proceso de las noticias) y el texto (características de la presentación).

En ese sentido, se han elaborado tres matrices, de las notas de prensa de los meses de abril, mayo y julio de 2009, con el objetivo de resumir algunos aspectos de los artículos estudiados, en donde se han añadido las siguientes características, con el fin de desagregar las veinte y dos noticias observadas. Dentro de la producción: géneros periodísticos, imágenes y fuentes informativas; del texto: las palabras recurrentes y el espacio. La selección de piezas informativas se realizó en relación a la cobertura de la exposición «Y si nuevas cadenas preparan... el paisito marcha» desarrollada en Quito y Cuenca.

El valor noticioso es una alternativa de análisis que se ha propuesto en este trabajo para estudiar el periodismo cultural, en relación al artista Miguel Varea. La idea del valor noticioso tiene una relación cercana con el concepto de regulación. (Hjarvard, 2012, p. 148) Se ha creído conveniente identificar las características respecto a la cobertura de las exposiciones mencionadas entre abril y julio de 2009. De acuerdo a las notas seleccionadas, se ha planteado un análisis a partir de la creación de una matriz que contenga datos relevantes, que han permitido identificar palabras recurrentes, fuentes informativas, manejo de titulares de las notas de prensa, entre otros elementos.

Otra técnica importante que se aplicó indirectamente para la discusión de resultados de este trabajo es la observación; pues se ha visitado en distintas ocasiones el taller del artista Miguel Varea y su esposa Dayuma Guayasamín, lo que ha permitido hacer una revisión del trabajo, la documentación y algunos objetos de su cotidianidad. La observación es aquella:

«presencia continua y de larga duración, usualmente de un investigador, en un escenario delimitado (...) un reto especial durante la inmersión en el campo es la documentación continua, de tal manera que diversos datos se vuelven disponibles para el análisis y que los pasos, desde la observación hasta las inferencias y conclusiones, sean transparentes». (Schensul, Schensul, y LeCompte, 1999, p. 226)

Se ha considerado importante anotar algunas ideas y escritos que expliquen el pensamiento del artista. Los diarios e historias de vida, «se utilizan para estudiar patrones culturales desde las ciencias sociales. Parten de las revelaciones de la vida de una persona. Estos datos alimentan la investigación y enriquecen el proceso» (Bravo, 2022, p. 106).

Como hipótesis de investigación se propone que la difusión cultural en medios impresos, respecto al artista Miguel Varea, cobra importancia por el reconocimiento y trayectoria del maestro; sin embargo, el matiz político de sus exhibiciones se vuelve imperativo en el tratamiento de la noticia.

3. Periodismo y arte

El análisis sobre la difusión de las artes plásticas en la prensa cultural no ha sido abordado a profundidad en el Ecuador; han salido a la luz pocos estudios en relación a los medios y a las coberturas respecto a la cultura. Para la divulgación de las artes plásticas en el Ecuador se acude periódicamente a publicaciones biográficas de determinados artistas, que se han impreso en instituciones culturales o a través de grupos económicos privados. Producciones que han buscado destacar trayectorias artísticas a partir de revisiones detalladas de obras, textos, talleres y rincones de artistas destacados.

En estos proyectos editoriales, la divulgación de las artes en el Ecuador ha estado a cargo de escritores, historiadores, curadores y críticos de arte vinculados al sector cultural público y a la academia; en un ejercicio investigativo, ellos han conseguido contar la historia del artista en muchos de sus contextos, eligiendo el trabajo más relevante de expresiones de pintura, dibujo, *collage*, escultura y la caricatura. Libros de gran formato e impresión fina, en donde, a través del ensayo y la crónica se ha logrado narrar la vida del artista ecuatoriano a partir de su obra.

La biografía de Miguel Varea se escribió en *Pluma y murmullos*, un texto que cuenta en primera persona la vida del artista, desde sus primeros recuerdos familiares, escolares y artísticos hasta sus más recientes anécdotas del año 2013. Su autor es uno de los periodistas y escritores más destacados de la esfera cultural: Francisco Febres Cordero, ex editor de la Revista *Diners*: «este libro quiere ser, pues, un homenaje a un poeta de la vida y de la línea. ¿Un poeta maldito? Quizás el último que queda» (Febres Cordero, 2013, p. 7).

Otro de los proyectos editoriales relevantes en la difusión de las artes plásticas en Ecuador, ha sido la compilación de perfiles de artistas. Textos que recogen historias íntimas atrapadas en la pintura y en el dibujo; acudiendo a la crónica en tercera persona para narrar la vida de algunos personajes emblemáticos, persiguiendo la idea de anotar todo aquello que se observa en la obra, en los talleres y en la cotidianidad de los personajes.

Varea ha sido seleccionado para algunas de estas compilaciones, entre ellas *Palabras de Pintores, artistas del Ecuador*, de Marco Antonio Rodríguez y la más reciente, en el año 2022, *101 Arte Contemporáneo Ecuador, Vol. 01*, de Rodolfo Kronfle Chambers, Cristóbal Zapata y María del Carmen Carrión. En el prólogo de esta recopilación se hace mención a lo que hace falta todavía para difundir la producción artística de Ecuador, pues son pocos los artistas reconocidos a nivel internacional.

El periódico ha sido otro elemento fundamental en la divulgación del arte ecuatoriano, con el trascorrir de los años la prensa ha creado cientos de espacios como secciones especializadas, revistas y suplementos que han permitido narrar el trabajo artístico; «es una fuente multivalente de carácter privilegiado en la historia contemporánea (...) una fuente que recoge mentalidades de una época, sobre todo reportajes, sucesos, humor, anuncios, correspondencia de lectores, etc.» (Tuñón de Lara, 1984, p.243). En ese sentido, la repercusión en la prensa escrita de la obra expuesta, durante el año 2009, es el objeto de estudio de este trabajo. En ese sentido, la propuesta se fundamenta en varias definiciones sobre periodismo y artes plásticas, acercando este conocimiento hacia la presente investigación: la cobertura periodística de la obra del artista plástico.

El periodismo cultural está entendido como aquel oficio que se preocupa por desarrollar contenidos de los distintos ámbitos de las artes: cine, literatura, artes plásticas y visuales, artes escénicas, patrimonio cultural, entre otros campos. Además, tiene la peculiaridad de generar espacios de crítica y reflexión, en donde los actores principales que ejercen el periodismo son escritores, artistas, investigadores o filósofos.

Por su parte, Jorge Rivera (1995), afirma que el periodismo cultural es:

Una zona muy compleja y heterogénea de medios, géneros y productos que abordan con propósitos creativos, críticos, reproductivos o divulgativos los terrenos de las 'bellas artes', las 'bellas letras', las corrientes del pensamiento, las ciencias sociales y humanas, la llamada cultura popular y muchos otros aspectos que tienen que ver con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos. (1995, p. 19)

En el Ecuador, el mayor campo de acción que ha tenido la divulgación de las artes se ha dado en los periódicos; la televisión y la radio han tenido dinámicas absolutamente distintas respecto a la cobertura cultural. En la prensa escrita se pueden hallar registros de las características del ejercicio periodístico y de una de manifestaciones más importantes del ser humano, el arte la pintura, la escultura, la arquitectura, la fotografía, el diseño, el videoarte y otras nuevas manifestaciones estéticas y virtuales, como el *infografismo*, el *holografismo*, el arte mecánico, el *ciber art* y el *media art*... han venido a multiplicar la presencia del arte en las sociedades contemporáneas. (Rodríguez, 2006, p. 17)

El periodismo y arte son campos íntimamente entrecruzados, ambos están determinados por la comunicación humana y la creatividad, «por eso el Nuevo Periodismo y el arte contemporáneo decidieron transitar el mismo camino al final de la modernidad. Tanto el uno como el otro optaron por la innovación, la originalidad, la invención, la rareza, la novedad, la rebeldía contra los férreos defensores del canon» (Contreras, Gil González, 2016, p. 699) En ese sentido, el periodista es un narrador de historias y acontecimientos de la sociedad, entre esos la creación del artista.

Así como el artista es capaz de imponer nuevos lenguajes, el periodista debe coincidir con él cuando propone nuevos lenguajes, ya sean impresos, cuando introduce formas literarias y nuevos modos narrativos, visuales, con la incorporación de la fotografía más estética, o audiovisuales, con la introducción de efectos propios del documental o el cine. (Contreras, Gil González, 2016, p. 699)

El periodista que se ocupa de escribir sobre arte busca principalmente identificar al artista y reconocer, a través de la investigación, las características de su lenguaje, la técnica, el material y el soporte; también ofrecer una lectura, conectando con el discurso y la coyuntura social y política. En el caso del artista Miguel Varea, el periodista cultural ha construido sus notas de prensa destacando la calidad de la obra, su manifiesto político, recogiendo nombres, frases, ideas, opiniones e imágenes que representan el pensamiento del autor y su obra.

En el Ecuador, el arte se ha divulgado desde de la época precolombina, luego en la Colonia y en los períodos posteriores. Muchos trabajos artísticos se difundieron a través de los medios de cada época; las artes plásticas han sido expresiones reconocidas también por el prestigio que adquirieron quienes

poseían objetos, pinturas y esculturas fabricadas por destacados personajes del mundo del arte, ello también contribuyó a la propagación en medios.

El vínculo entre arte y periodismo en el Ecuador tiene una raíz histórica. Las primeras publicaciones de arte durante el siglo XVIII se observan en *Primicias de la Cultura de Quito*, 1792. Las páginas del primer periódico fueron, en su gran mayoría, literarias, filosóficas y culturales. La reflexión alrededor de la historia, política y la ciencia se articularon de muchas maneras con la cultura y el arte. Por ejemplo, este periódico se interesó por publicar novedades de la pintura durante la colonia. Bruhn Jensen afirma que todos los humanos comparten la cultura de distintas maneras, en su capacidad de experimentar, reproducir, reformular y comunicar significados (2012, p. 322).

Las características del periodismo durante las épocas de la independencia y etapa colombiana; y posteriormente, en las distintas fases de la época republicana, tienen rasgos muy marcados en cuanto a la necesidad de escribir ideas políticas a través de manifiestos, hojas sueltas y artículos literarios y filosóficos, en íntima relación con la coyuntura. El material primordial fue la vida del ciudadano en medio de la convulsión social y política. El mensaje periodístico, sin perder su esencia informativa, argumentativa o explicativa, se convierte en un entrecruzamiento de discursos que ha venido incorporando, además de lo político, lo económico y lo social y lo artístico. «La vida toda es materia del periodismo y lo único que nos solicita es ejercer el talento y la libertad para funcionar como escritores que recopilen información como reporteros; reporteros que elaboren información como escritores» (Garza, 2006, p. 154).

4. Miguel Varea (1948 – 2020)

Su primera exposición la realiza en 1970, en la Casa de la Cultura: «*Hace poco la realidad se me escapa de la punta de los dedos*», con casi 300 trabajos entre dibujos y plumillas, con una experticia que provino de la escuela, en sus clases de caligrafía. Durante sus estudios de secundaria, en el Colegio San Gabriel, fue impulsado a la pintura por uno de los sacerdotes, su profesor de acuarela, quien lo elogió por retratar toreros. Ahí fue conformando grupos de pintura entre algunos compañeros.

Un artista experimental, si bien se preparó en la Facultad de Artes de la Universidad Central del Ecuador, en Quito (1968-1969) y en la Escuela de Artes Aplicadas y Oficios Artísticos, en Madrid (1977-1978), su mayor trabajo consistió en la autoformación; con sus amigos aficionados a la pintura y al dibujo, presentó algunas exposiciones en el Museo de Arte Colonial, a sus 14 años. Apreciaba el arte religioso, sus primeros acercamientos los tuvo durante el colegio, en donde miró desde muy joven obras monumentales de los sacerdotes del Colegio Gonzaga; esa experiencia lo llevó posteriormente a empararse de la producción editorial relacionada con la historia del arte ecuatoriano para estudiar a profundidad su historia.

Respecto a su trayectoria, el artista ecuatoriano reunió más de 25 exposiciones individuales, 3 libros publicados, 2 videos y ha participado en 32 exhibiciones colectivas. De acuerdo al archivo de su familia, el trabajo de Miguel Varea se ha divulgado de distintas maneras en 26 publicaciones y 11 ilustraciones en libros y revistas.

Entre sus muestras más importantes están: *Dimes y Diretes*, en la Alianza Francesa, Quito, 1976; *Mariguanero le Grita Mamá*, Municipio de Latacunga, 1976; *Listo para la foto*, Facultad de Artes, Universidad Central, Quito, 1976; *Ver kon otros Ojos las Mismas Kosas*, Galería Gorem en Madrid España, 1978; *Sobre Las Visitas*, La Galería en Quito, 1980; *Una estétika el disimulo*, Local Esporádiko, Quito, 1983; *En un País Komo el Nuestro*, La Galería en Quito, 1985; *Para Entrar en Detalles y Una Koncepción Inmaculada*, La Galería en Quito, 1989; *Vareaciones*, Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo (MAAC), Guayaquil, 2008; *Sobredosis patriótica*, Galería Artes, Quito, 2007; *El paisito marcha*, exposición antológica, casa de la Cultura Ecuatoriana, Quito y Cuenca, 2009.

Varea fue un artista que se preocupó por desarrollar su propia caligrafía y registrar sus pensamientos en cientos de cuadernos y hojas sueltas, aspecto que está enlazado a su propuesta estética. Su arte caligráfico fue muy destacado por la producción de signos gráficos, con estilo y método propios, como componentes esenciales de su propuesta estética.

Figura. 2.

Texto recogido de uno de los cuadernos del artista

LA PATRIA
HAS TA
EN LA SOPA

Fuente. Miguel Varea.

Sus exhibiciones fueron una combinación de pinturas, grabados, dibujos y textos: unos personales, de lo común, de lo político, lo filosófico.

Usó casi todos los soportes y materiales: cartulinas, los lienzos, las tablas, puertas, paredes y cortinas; casi todo lo que creó, expuso. No dejó de dibujar, pintar y escribir lo que observaba a su alrededor respecto a su vida familiar y a la coyuntura social y política. Dice el investigador cultural Guillermo Morán (2017), a Varea le molesta principalmente la *estétika* del prestigio, la cual se manifiesta «cuando los artistas están más pendientes de lo que quiere el público o la crítica –del premio como justificativo de lo artístico– que de la búsqueda personal artística» (2017, p. 28).

Su gran biblioteca y sus diversos viajes le permitieron conocer el arte, la cultura y al ser humano y sus problemáticas. No le fue indiferente la política, desde pequeño escuchó a su padre hablar sobre

partidos, personajes y decisiones de gobierno; por ello, fue un elemento que tomó muy en cuenta al momento de crear con detalle sus personajes, los objetos y los símbolos del contexto político.

La crítica ecuatoriana tomó en cuenta su trabajo y escribió en distintos espacios reflexiones sobre los mensajes de las obras de Varea, la denuncia a través de la representación de los personajes políticos:

(...) polemiza frente a los críticos de arte, con sus distintas series sobre 'críticos de izquierda y de derecha', comentando que ellos realmente no se fijan ni entienden el proceso artístico, y que en realidad prestan demasiada atención a las influencias (...) A Varea nunca le interesó ser parte de agrupaciones artísticas y siempre procuró ir contracorriente, afirmándose en su camino propio. (Morán, 2017, p. 28)

Probó diversas técnicas y discursos, recogió algunos elementos de su entorno para proponer los dibujos más detallados y los trazos más precisos, junto a textos irónicos y otros inexplicables, sarcásticos, con su propio alfabeto y sus propias normas. Un personaje introvertido que incorporó en el texto con el propósito de explicar lo que había en las obras. Y muchas veces las letras tomaban forma plástica.

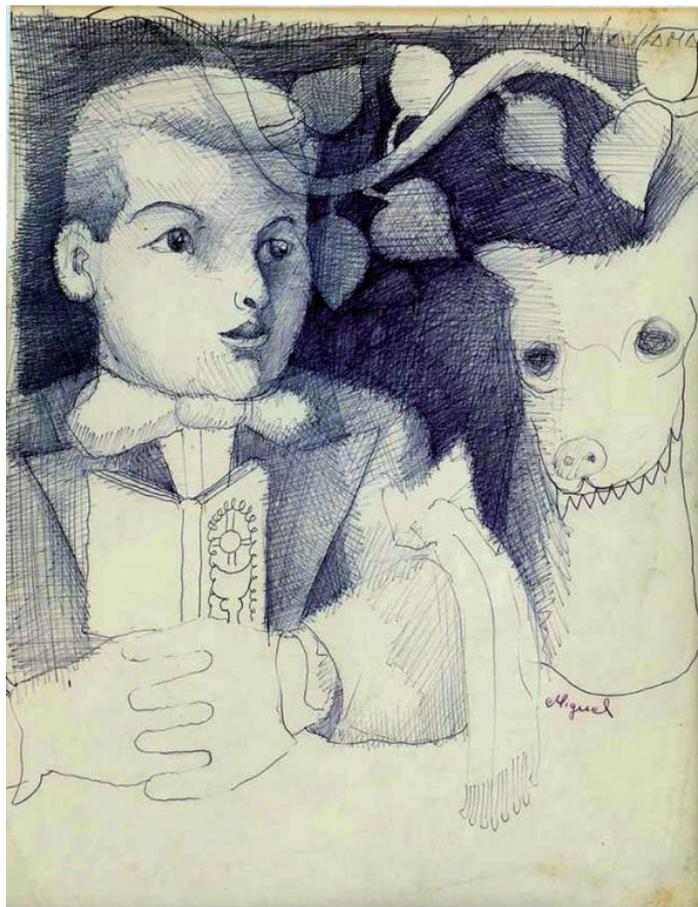
Miguel Varea se ocupó de retratar a personajes serios y solemnes de su historia, también de la política. A propósito del discurso y los slogans de la campaña del ex presidente Rafael Correa, dibujó símbolos patrios y escribió la *Sobredosis Patriótica* (2007) para satirizar sobre los elementos de las sabatinas de Correa y sus políticos allegados; retrató a ministros y asambleístas de la época.

La obra de Varea le ha contribuido al registro político ecuatoriano desde la perspectiva del arte, aplicando diversas técnicas, con frases y declaraciones sobre el país y su historia. Sus dibujos, plumillas e ideas han logrado mostrar lo más profundo de su extraña personalidad, de su introversión y su elevada sabiduría. Dueño de un lenguaje lleno de palabras y «dichos» de su familia y su vida. Sus textos, muchas veces bibliográficos, hablan de su niñez, de la juventud y de los amigos. Describió a través de la letra y el dibujo varios acontecimientos de su entorno: las ciudades, las costumbres, las órdenes, los dichos.

será de enmendar será de *tokar* fondo
será de mojarse un *poko*
será de tomar *konciencia*
será de pegarse una perra
será de tomar desinflamantes
será de rogar
será de drogarse
será de desintoxicarse
será de tomar aguita de algo
será de ayunar
será de abtenerse
será de salir o
será de *kedarse*
ke será ke mismo será. (Varea, 2015, p.25)

Figura 3.

Obra de Miguel Varea, *Primera Komunión*, dibujo de cuaderno, 1986



Fuente. Miguel Varea.

el terror me *akompañá* diariamente
en la primera hora
en la segunda hora
salía *konmigo* al primer *rekreo*
me *sakaba* la lengua a la tercera hora
me *arrinkonaba* en el segundo *rekreo*
y a la última hora sentenciaba:
te espero a la hora de salida
texto breve sobre los días *eskolares*². (Varea, 2015)

Los textos y dibujos de Varea hablan de la angustia, de la rebeldía, del día a día, del café y de las reuniones sociales. Todo está conjugado con sus letras, trazos y colores, generalmente el blanco y el negro. Obras que podrían dejar inquieto al espectador, con la duda de si serán textos o dibujos concluidos, elaborados en qué circunstancias, o cuestionarse si existe humor oscuro. Y en medio de

2 Entre los años de 2007 y 2015, Varea publicó varios de sus pensamientos escritos en cuadernos y hojas sueltas. Es el único artista plástico ecuatoriano que ha publicado textos y los ha combinado con dibujos. La frase es tomada de «A la luz de una esperma nuevecita», 2015.

ello, están los personajes enigmáticos, los políticos, los ancianos, las mujeres; gesticulando de forma extraña, con figuras agrandadas y gestos reservados, otros ocultos, otros «silenciados».

Interpretación de ciudadanos simbiotizados kon el entorno o talvez sumergidos en el vacío de su rutina existencial - sin la distinción de figura y fondo - pretendo remarcar el anonimato del ciudadano común - uso el blanco sobre blanco para lograr el sentido de 8 telas - parte de una muestra realizada en Kito (...) Un País con la Korrea al cuello - dos blokes de cabezas - óleo sobre kartón - veintiocho kabecitas en kada bloke - son cincuenta y seis kabezas kon mínimas o talvez ninguna diferencia entre kada una de ellas llamadas «Fotos para la Cédula» - pretendo kon este trabajo expresar una aktitud siniestra del poder al degradar al ser humano a la triste kondición de ciudadano sujeto de derechos kasi ilusorios y repleto de obligaciones hiperrealistas, estas kabecitas fueron parte de la serie 'Vareaciones'. (Varea, 2009, textos de exposición)

5. La obra de Miguel Varea en la prensa escrita

La timidez del artista no logró evitar la intención de decenas de periodistas, críticos y otros artistas que lo visitaron regularmente en su taller, que también fue su casa gran parte de su vida, en Sangolquí - Ecuador. La prensa cultural, particularmente, buscó a Varea en cientos de ocasiones para desarrollar notas, entrevistas, hacer fotografías y conversar con él sobre alguna de sus exposiciones o sobre la vida. Al artista acudieron no únicamente con el fin de hablar de la obra, muchas veces se plantearon reuniones entre el artista, el periodista y el fotógrafo para averiguar sobre sus ideas y sus anécdotas.

Las notas periodísticas, en donde se brinda muchos detalles sobre el artista, deja ver un ambiente de familiaridad y confianza; de acuerdo al archivo de prensa de Varea, él contó con gran espacio en los medios escritos. Páginas, medias páginas y grandes fotografías aparecen en su registro de prensa.

Los textos de crítica sobre Miguel Varea y su obra se publicaron en diversos momentos en *El Comercio*, *Diario Hoy*, *El Universo*, *Revista Diners*, *La Hora* y *El Telégrafo*; entre los autores de aquellos artículos están los más prestigiosos periodistas culturales que desarrollaron su trabajo entre las décadas de 1980 y 1990: Francisco Febres Cordero, Milagros Aguirre, Diego Cornejo, Fernando Balseca, Alejandro Querejeta, entre otros. Periodistas y escritores apasionados por las artes, fueron quienes se encargaron en varias ocasiones de las secciones culturales de los medios impresos hasta los primeros años del siglo XXI.

La crítica en prensa escrita, sobre el trabajo de Varea, buscó desagregar los detalles de la técnica, el concepto de la obra y las ideas expuestas en los textos; se muestra en el desempeño periodístico un dominio sobre asuntos de arte, cultura y coyunturas sociopolíticas por la conexión que se establecía entre varios temas.

Cuando se publicaron entrevistas de Miguel Varea en la prensa, los periodistas acudieron a dos alternativas para la construcción del texto: la primera a transcribir las preguntas formuladas y las respuestas del artista; la segunda alternativa fue abordar la nota a modo de crónica, en donde se mostraron detalles del diálogo, relacionados con las acciones desarrolladas en el transcurso de la conversación.

La prensa cultural planteó hablar sobre las características de su taller, el jardín de su casa, el número de cigarrillos encendidos; le dio espacio, además, a detallar aspectos relacionados con su esposa Dayuma y con sus hijos. El taller de Varea ha sido mencionado y fotografiado por múltiples ocasiones en los medios de Quito, las paredes, las tintas, los tubos de óleo, la innumerable cantidad de lápices y pinceles, las mesas manchadas de pintura y los libros apilados sobre el escritorio.

Uno de los recursos más importantes del periodista de arte ha sido la fotografía, la mayoría de los recortes muestra el rostro del artista en varios escenarios: en el taller y en las salas de exhibición, principalmente.

En cuanto a medios digitales se han publicado artículos de crítica recientemente, así como entrevistas en videos, de reconocidos periodistas culturales, que vienen ejerciendo esta actividad recientemente; algunos de ellos vinculados a medios más contemporáneos, dedicados también a la academia, la investigación y la gestión cultural.

6. Las notas de prensa de Miguel Varea, durante el 2009

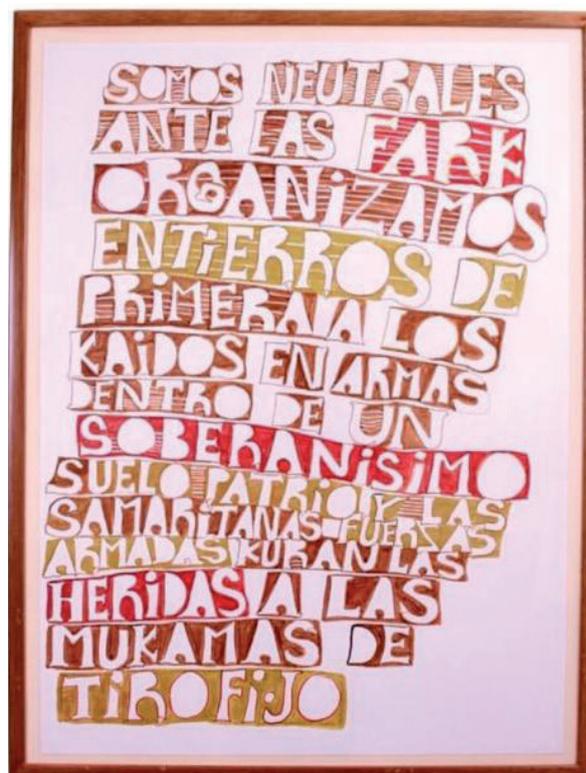
El año 2009 tiene un significado importante en la política ecuatoriana. Desde el 26 de abril el ex presidente Rafael Correa ganó las elecciones por segunda ocasión, en una sola vuelta. Además, su partido alcanzó una amplia mayoría en la Asamblea Nacional, superior a los 60 escaños.

Correa, de 46 años en ese entonces, desde el 2007 fue alcanzando popularidad; convocó a elecciones en varias ocasiones y en casi todas obtuvo el apoyo ciudadano. Una de las particularidades de su campaña y gobierno fue el estructurar un sólido equipo de comunicación para la realización de campañas, eventos y discursos de posicionamiento de su imagen y de su gestión como presidente. Se activaron videos, vallas publicitarias, cadenas nacionales y todo tipo de producto que permitiera divulgar la obra pública y la agenda presidencial.

El ex presidente Correa ha sido uno de los personajes políticos más mediáticos del Ecuador. Su equipo de comunicación rediseñó los logotipos de todas las carteras de Estado, las Secretarías y se desarrollaron manuales de uso de imagen; para ello, se acudió a los símbolos patrios, como el escudo y la bandera, también

Figura 4.

Fotografía de cuadro de Varea. Tinta china. Soberanisimo suelo patrio, 2009



Fuente. Sitio web artista Miguel Varea.

a algunos personajes históricos de Ecuador y América Latina: Fidel Castro, Che Guevara, Simón Bolívar, Manuela Sáenz y Eloy Alfaro.

La coyuntura de los primeros años del gobierno de Rafael Correa (2007 - 2009) incidió significativamente en la obra de Varea, un trabajo crítico e impugnador. Por ello, sus exhibiciones, obras y textos hicieron alusión a aquellas circunstancias políticas:

La patria hasta en la sopa,
Y si nuevas cadenas preparan... el paisito marcha,
Ser mula no es delito,
Laptop Angostura,
Me *konsumo* ante el imperio del *konsumismo* creacional
y su *kursilería* patrioter y apasionada o serán solamente
sociedades de responsabilidad limitada pero eso sí
patriotikas si es komo vuelve la tal patria mejor sería ke
se *kede* donde sea ke haya estado - punto y *koma marka* registrada,
La monstruosa y temible bestia que llamamos pueblo,
A propósito de las tan mentadas prótesis *mediátikas* del
kampamento,
Banderita,
Eskudo nacional desvanecido,
Manikí bolivariano,
Kantaleta patriótika del movimiento ciudadano,

Recluto Baboso. (Varea, 2009³)

Los artículos de prensa de Varea, durante el 2009, dejan ver un interés por anotar los nombres de algunas obras de la exposición «Y si nuevas cadenas preparan... el paisito marcha»; una colección expuesta en tres centros culturales, dos en Quito y uno en Cuenca; también han buscado anotar las iniciativas del artista en cuanto a los títulos de las pinturas y de los personajes elegidos para ser retratados. «Todo el lado humanista de nuestra escritura de reportero radica en el esfuerzo de transmitir la imagen del mundo auténtica, verdadera y no una colección de estereotipos. Es una de las misiones que tiene encomendada la literatura. Y el arte. Toda manifestación de la cultura» (Kapuściński, 2004, p. 54).

³ Frases recogidas de varios cuadernos, libros y catálogos que indican los nombres de algunas de las obras de Miguel Varea.

Figura 5.

Lápiz sobre cartulina, Busto Bolivariano y Eskudo Borroso, 2009



Fuente. Sitio web artista Miguel Varea.

7. Análisis de resultados de los valores noticiosos

Los datos de los veintidós documentos de prensa del año 2009, fueron insertados en las tablas de valores noticiosos, las mismas que están ubicadas en los anexos de la presente investigación. Seis de aquellas notas corresponden al mes de abril, trece a mayo y tres a julio de ese año.

Del número completo, cuatro corresponden a *El Comercio*, seis a diario *Hoy*, dos a *El Telégrafo*, cuatro a *La Hora*, uno a *Revista Caras*, uno a *Metro Hoy*, uno diario *La Tarde*, uno a *El Mercurio* y uno a diario *El Tiempo*, éstos últimos son medios que circularon en ese momento en la ciudad de Cuenca.

Los datos más recurrentes en la gran mayoría de artículos estuvieron relacionados con su formación académica en la Universidad Central, en Quito y en la Escuela de Artes Aplicadas y Oficios Artísticos, en Madrid; igualmente, su edad, año de nacimiento y tiempo de trayectoria artística. Son datos que casi siempre se observan en los escritos periodísticos.

Entre las piezas de prensa observadas, el género periodístico más utilizado para difundir la exposición ha sido la nota informativa, que sería un texto resultante de informar por escrito sobre dichos hechos siguiendo unas normas universales de redacción, dice Parratt (2008, p. 122), de texto corto o mediano, que anota datos de la exhibición en la Galería Arte Actual de la Flacso, CCE y CCE Azuay, priorizando nombres de las obras expuestas, opiniones del artista y técnicas de trabajo.

Las coberturas, en este caso, dejan ver el interés del periodismo por recoger datos generales, método clásico del periodismo cultural en el Ecuador, con la finalidad de construir las notas a manera de

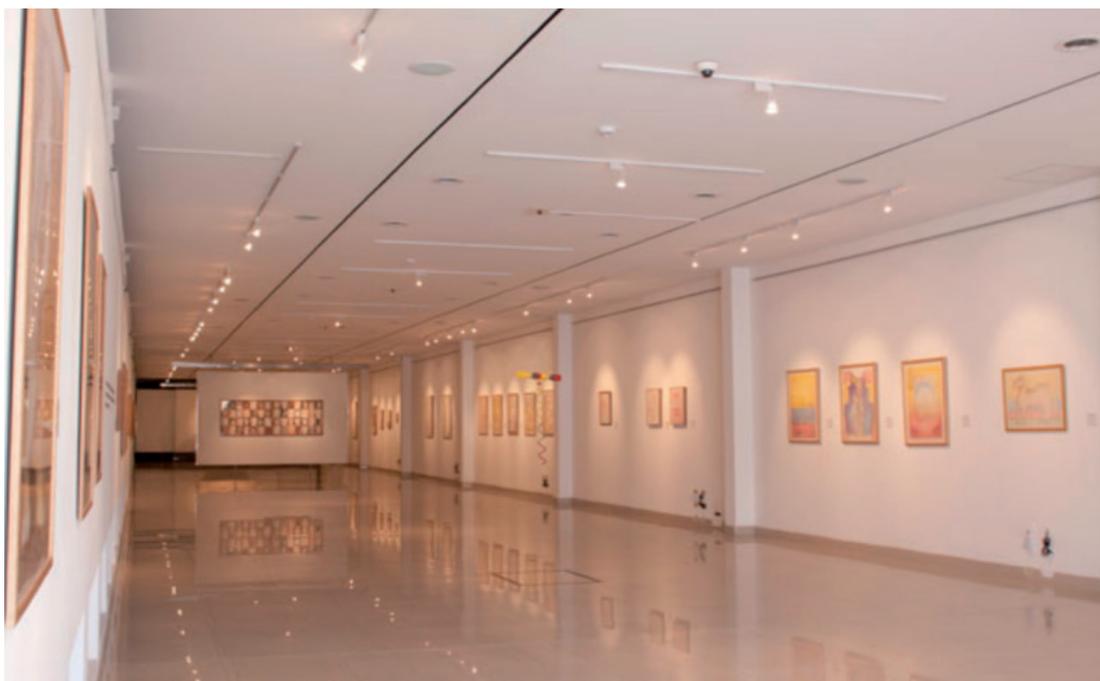
invitación de evento cultural; algunos de los datos, serían tomados, quizás de los mismos programas de mano de la exposición del artista.

La agrupación de estos datos ha permitido identificar que, durante los meses de abril, mayo y julio de 2009, la exhibición de Miguel Varea se divulgó de acuerdo a la planificación de los centros culturales Arte Actual de la Flacso, Casa de la Cultura de Quito y Casa de la Cultura de la ciudad de Cuenca.

En abril, en *El Comercio*, *Hoy*, *La Hora* y *Revista Caras*, en 6 notas periodísticas, los titulares que se construyeron fueron informativos; y, generalmente mencionan el nombre del artista y el título de la exhibición. De los tres meses de estudio, este es el segundo en número de publicaciones. Las fuentes informativas de los autores de los artículos fueron el artista Miguel Varea y la galería Arte Actual de la Flacso. Las palabras recurrentes en los 6 artículos son muestra, artista, Varea, obra y arte. En la nota periodística de pequeña y mediana extensión, no se evidenció un interés tan marcado sobre la coyuntura política a lo largo de los artículos.

Figura 6.

Sala de exhibición de FLACSO, muestra *Si nuevas cadenas preparan... el paisito marcha*, 2009



Fuente. Arte Actual, Flacso.

Los textos más extensos se encuentran en dos reportajes, de *Hoy* y *El Comercio* y un artículo de opinión de la *Revista Caras*. Los primeros se construyeron a partir de diálogos con el artista y se recogen datos de las obras expuestas, las técnicas y soportes de trabajo. Además, los periodistas averiguan sobre los personajes creados en las pinturas, en relación con la coyuntura política del país.

El único artículo de opinión que ha sido identificado corresponde a *Revista Caras*, con autoría del sociólogo y analista político, que ejerció el periodismo durante algunos años, Felipe Burbano de Lara.

El texto profundiza en las situaciones de los personajes de algunas obras y se escarba en el discurso político de la exhibición:

La muestra de Miguel Varea retrató los personajes a los que el proceso revolucionario ha dado poder. Por sus cuadros desfilaron «Los alza manos», «El asambleísta», «La labiosa», «La asambleísta mosqueada», «La Militante altiva y soberana» (una suerte de Pierina Correa, digo yo) y el «Cuidadano funcionario». Me resultó muy sugestiva esta línea de crítica; insinúa que todo proceso revolucionario engendra nuevos portadores del poder, algo así como el reverso de lo que proclama. Completaba la muestra un conjunto de cuadros en torno al bono de desarrollo humano, inicialmente bautizado como bono de la pobreza, pero dignificado simbólicamente – digámoslo así – por la revolución; aparecen quienes cobran el bono, quienes esperan cobrar el bono, y quienes nunca cobrarán el bono. Todos ellos personajes representados en sombras, con imágenes borrosas, algunos de ellos incluso sin rostro. (Burbano De Lara, 2009, p. 12)

Respecto a las notas de prensa del mes de mayo de 2009, se identificó un mayor número de publicaciones, al ser una exhibición en la Casa de la Cultura de la capital, adquirió una relevancia superior en cuanto a la cobertura mediática. El medio de comunicación que más cobertura le dio al evento de Miguel Varea fue diario *Hoy*, con 6 noticias. En una de las entrevistas realizadas al artista, el titular fue «Miguel Varea: Rafael Correa es una marca comercial»; entre las palabras más recurrentes del texto fueron medios, Correa y Varea. Si bien el periodista conversó con el artista sobre trayectoria, obras y técnicas; durante el diálogo se acude a asuntos políticos respecto al discurso que propone el artista en su trabajo.

Diario *La Hora* ha sido también un medio importante en la cobertura de mayo de 2009. Este medio da un espacio relevante a las galerías fotográficas de los asistentes a eventos culturales, no ha sido la excepción en el caso de la exhibición de Varea. Reconocidos intelectuales, políticos y artistas en las fotografías de una de las páginas de *La Hora*. Las fuentes a las que acude el diario son además del artista, los responsables del montaje de la Casa de la Cultura y Marco Antonio Rodríguez, escritor y crítico de arte. En uno de los reportajes publicados se recogen datos de trayectoria, obra y técnicas, pero como punto principal el pensamiento del artista, respecto a la coyuntura política de ese momento.

Las 3 publicaciones de la prensa cuencana dejan ver el interés de los periodistas frente a la propuesta discursiva en relación con algunas obras del artista; se han realizado averiguaciones sobre su trabajo en las distintas épocas de su trayectoria. En la narración de los textos de *La Tarde*, *El Mercurio* y *El Tiempo* las palabras recurrentes están relacionadas con la política: revolución, Correa, socialismo,

Figura 7.

Óleo sobre Tela, *Laptop y Angostura I y II*, 2009



Fuente. Sitio web del artista Miguel Varea.

poder, patria y cadenas. «Las obras de arte surgidas en sucesivos contextos en transformación han contado la vida de personajes importantes, ya sean los artistas o su mecenas, y han hecho referencia a una historia que nos resulta muy familiar...» (Kemp, 2014, p. 11).

Los profesionales encargados de los contenidos en la prensa, afirma Rodríguez (2006), trabajan alrededor de las problemáticas que interesan a determinadas audiencias.

8. Discusión y conclusiones

El objetivo principal de esta investigación fue analizar la cobertura periodística entre abril y agosto del año 2009, de la exhibición de pintura «Si nuevas cadenas preparan... el paisito marcha», del artista plástico ecuatoriano Miguel Varea, en la prensa escrita. Para ello, se diseñó un estudio de métodos cualitativos con el fin de lograr una visión más completa respecto a las características del contenido de las notas culturales seleccionadas.

La primera y principal aportación de este análisis es la relevancia que ha tenido la obra de Miguel Varea en el periodismo cultural al momento de construir noticias sobre una de sus exhibiciones. Su obra y su trayectoria se han destacado periódicamente, sin embargo, ha sido su discurso social y político un eje sustancial para la construcción de titulares y noticias. Sin embargo, al ser la nota informativa el género más utilizado, permitió identificar dificultades respecto a reducido espacio para las artes, y un tratamiento sencillo, sin mayor análisis y profundidad sobre el arte y su discurso.

Los resultados del análisis del estudio revelaron que la exhibición fue una noticia que ha motivó la cobertura de interés cultural y al mismo tiempo político por la coyuntura y por las conocidas diferencias de ese momento, entre el Gobierno de Rafael Correa y los medios de comunicación, tema que podría ser investigado a profundidad en otro estudio.

La información cultural encontrada en las notas seleccionadas deja ver omisiones respecto a la construcción del texto. La primera está relacionada con la falta de referencia de autoría en la mayoría de imágenes publicadas. Esta omisión atenta contra los derechos de propiedad intelectual de la obra de arte y la fotografía y de sus autores. Lo propio sucede con la autoría de las notas y reportajes. Se desconoce quiénes han escrito sobre Miguel Varea respecto a la cobertura de la exhibición «Y si nuevas cadenas preparan... el paisito marcha».

Algunas notas informativas cortas son reiterativas, dejan ver que existe una especie de plantilla en la estructura: nombre, lugar, hora. Textos esquemáticos sin mayor aporte y que hablan del escaso espacio en la agenda cultural.

La divulgación de la obra en los medios impresos ha sido un valor importante para el artista y su familia, pues guardan con meticulosidad su archivo de prensa desde décadas anteriores. Los libros, libretas, recortes, catálogos y fotografías son documentos que cuentan su historia artística.

9. Anexos

Tabla 1.

Valores noticiosos de la cobertura del mes de abril, año 2009

	MEDIO	FECHA	TITULAR	GÉNERO PERIODÍSTICO	CONTENIDO DE LA NOTICIA	PRODUCCIÓN	TEXTO
1	<i>El Comercio</i>	abr-09	Una nueva muestra de Miguel Varea se expone	Nota informativa (mediana)	Datos de la información de la exhibición en Arte Actual de la Flacso, con nombres de las obras expuestas, opiniones del artista y técnicas de trabajo.	"Fuentes: fuentes informativas: Arte Actual, FLACSO. Datos: Nombre de la exposición, características de las obras en la sala, opiniones del artista y asistentes. Imágenes: Fotografía de público observando su obra, en la sala de Arte Actual, FLACSO."	"Espacio: cuarto de página Palabras recurrentes: obra, muestra, artista, Varea."
2	<i>Hoy</i>	abr-09	Varea crítica al paisito que marcha	Reportaje	Datos de la información de la exhibición en Arte Actual de la Flacso, con nombres de las obras expuestas y opiniones del artista.	"Fuentes: fuentes informativas: artista Miguel Varea, FLACSO, declaraciones de asistentes a la exhibición. Datos: Nombre de la exposición, características de las obras en la sala, opiniones del artista y asistentes. Imágenes: Fotografía de público observando su obra, en la sala de Arte Actual, FLACSO."	"Espacio: media página Palabras recurrentes: obra, arte, país, Varea."
3	<i>El Comercio</i>	abr-09	Las inconsistencias de la democracia	Reportaje	Reportaje que recoge opiniones del artista respecto a sus obras y discurso político. Características del proceso sociopolítico en el país; particularidades de la obra y sus técnicas.	"Fuentes: fuentes informativas: artista Miguel Varea Datos: Nombre de la exposición, número de obras en la sala, opiniones del artista. Imágenes: Fotografía de Miguel Varea junto a su obra, en la sala de Arte Actual, FLACSO."	"Espacio: media página Palabras recurrentes: obra, cuadros, pintor, ciudadano."
4	<i>La Hora</i>	abr-09	"Y si nuevas cadenas preparan..."	Galería fotográfica de los asistentes de la muestra en Flacso	Datos breves de la información de la exhibición en Arte Actual de la Flacso. Muestra desde el 29 de marzo al 30 de abril de 2009	"Fuentes: fuentes informativas, Arte Actual FLACSO, artistas Miguel Varea y Dayuma Guayasamín Datos: Se menciona lugar, hora de exhibición. Imágenes: Galería de 5 fotografías de personalidades del mundo cultural, en la FLACSO"	"Espacio: una página Palabras recurrentes: Y si nuevas cadenas preparan..."
5	<i>El Comercio</i>	abr-09	Muestra. Miguel Varea	Nota informativa (corta)	Datos breves de la información de la exhibición en Arte Actual de la Flacso. Muestra desde el 29 de marzo al 30 de abril de 2009	"Fuentes: una fuente informativa, Arte Actual FLACSO Datos: Se menciona lugar, hora de exhibición. Imágenes: Obra del artista Miguel Varea, sin referencia"	"Espacio: un anuncio corto de 6 líneas. Palabras recurrentes: muestra"
6	<i>Revista Caras</i>	abr-09	Miguel Varea y la revolución ciudadana	Artículo de opinión	Análisis crítico de la obra de Miguel Varea y su discurso político. Reflexión de las pinturas de la muestra en la FLACSO, y su relación con la coyuntura política de ese momento.	"Fuentes: Arte Actual FLACSO Datos: Nombres de algunas obras, datos de acontecimientos políticos. Imágenes: Fotografía del articulista, Felipe Burbano de Lara."	"Espacio: una página. Palabras recurrentes: muestra"

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 2.

Valores noticiosos de la cobertura del mes de mayo, año 2009

	MEDIO	FECHA	TITULAR	GÉNERO PERIODÍSTICO	CONTENIDO DE LA NOTICIA	PRODUCCIÓN	TEXTO
1	<i>El Comercio</i>	may-09	El paisito marcha, a otra inauguración.	Nota informativa (corta)	Datos breves de la información de la exhibición en la Casa de la Cultura	"Fuentes: una fuente informativa, CCE Datos: Se menciona lugar, hora de exhibición. Imágenes: Retrato del artista Miguel Varea"	"Espacio: un anuncio corto de 5 líneas. Palabras recurrentes: obras"
2	<i>Hoy</i>	may-09	Recopilación de obras de Miguel Varea se presenta en la CCE	Nota informativa (corta)	Datos breves de la información de la exhibición en la Casa de la Cultura	"Fuentes: una fuente informativa, CCE Datos: Se menciona lugar, hora de exhibición. Imágenes: Fotografía obra de Miguel Varea"	"Espacio: un anuncio corto de 5 líneas. Palabras recurrentes: Miguel Varea"
3	<i>El Telégrafo</i>	may-09	Varea expone en la CCE	Nota informativa (mediana)	Datos informativos de la exhibición de Miguel Varea en la CCE, adicionalmente se recogen datos de su trayectoria, de las técnicas y el tipo de obras del artista.	"Fuentes: El autor acude a dos fuentes: Artista y CCE Datos: Lugar, hora, fechas de exposición en CCE. Estudios de artista. Técnicas de trabajo artístico. Imágenes: Ninguna"	"Espacio: Nota mediana de tres columnas. Palabras recurrentes: artista, Casa de la Cultura."
4	<i>Hoy</i>	may-09	Continúa Miguel Varea	Nota informativa (corta)	Datos breves de la información de la exhibición El Paisito marcha, en la Casa de la Cultura	"Fuentes: una fuente informativa, CCE Datos: Se menciona lugar de exhibición. Imágenes: Fotografía miniatura de obra de Miguel Varea"	"Espacio: un anuncio corto de 5 líneas. Palabras recurrentes: 0"
5	<i>Hoy</i>	may-09	Miguel Varea presenta una colección en la CCE	Nota informativa (corta)	Datos breves de la información de la exhibición El Paisito marcha, en la Casa de la Cultura	"Fuentes: una fuente informativa, CCE Datos: Se menciona lugar de exhibición. Imágenes: Fotografía miniatura de obra de Miguel Varea"	"Espacio: un anuncio corto de 5 líneas. Palabras recurrentes: Casa de la Cultura Ecuatoriana"
6	<i>Hoy</i>	may-09	Miguel Varea expone sus obras en la Casa de la Cultura	Nota informativa (corta)	Datos breves de la información de la exhibición El Paisito marcha, en la Casa de la Cultura	"Fuentes: una fuente informativa, CCE Datos: Se menciona lugar de exhibición. Imágenes: Fotografía miniatura de obra de Miguel Varea, de internet"	"Espacio: un anuncio corto de 8 líneas. Palabras recurrentes: Casa de la Cultura Ecuatoriana, obras"
7	<i>Hoy</i>	may-09	Miguel Varea en la Casa de la Cultura	Nota informativa (corta)	Datos breves de la información de la exhibición El Paisito marcha, en la Casa de la Cultura	"Fuentes: una fuente informativa, CCE Datos: Se menciona lugar de exhibición y número de obras. Imágenes: ninguna"	"Espacio: un anuncio corto de 3 líneas. Palabras recurrentes: Casa de la Cultura Ecuatoriana"
8	<i>La Hora</i>	may-09	Muestra de Miguel Varea	Nota informativa (corta) y galería fotográfica	Datos breves de la información de la exhibición El Paisito marcha, en la Casa de la Cultura	"Fuentes: una fuente informativa, CCE Datos: Se menciona lugar de exhibición. Imágenes: 4 fotografías de asistentes a la exhibición (personajes relacionados con el arte y la cultura) 1 fotografía miniatura de una de las obras del artista, con ficha técnica."	"Espacio: un anuncio corto de 3 líneas. Palabras recurrentes: 0"
9	<i>La Hora</i>	may-09	"El iluminado, una vida por el arte"	Nota informativa (corta)	Datos breves de la información de la exhibición El Paisito marcha, en la Casa de la Cultura	"Fuentes: una fuente informativa, CCE Datos: Se menciona lugar de exhibición y número de obras. Imágenes: fotografía de artista, sin referencia."	"Espacio: un anuncio corto de 3 líneas. Palabras recurrentes: 0"

	MEDIO	FECHA	TITULAR	GÉNERO PERIODÍSTICO	CONTENIDO DE LA NOTICIA	PRODUCCIÓN	TEXTO
10	<i>La Hora</i>	may-09	Cuestionando la incomunicación	Reportaje	Reportaje que recoge opiniones del artista respecto a su trayectoria y su pensamiento; su vida de artista.	"Fuentes: fuentes informativas: artista Miguel Varea, Crítico Marco Antonio Rodríguez. Datos: Opiniones del artista, características de sus obras y técnicas. Imágenes: Fotografía de Miguel Varea junto a su obra."	"Espacio: media página Palabras recurrentes: Varea, dibujante, obra, técnicas."
11	<i>Metro Hoy</i>	may-09	La "revolución" no es de su agrado	Nota informativa (mediana)	Datos informativos de la exhibición El Paisito marcha, opiniones del artista.	"Fuentes: fuentes informativas: artista Miguel Varea. Datos: Opiniones del artista, características de sus obras, nombre de las pinturas. Imágenes: Fotografía de Miguel Varea junto a su obra."	"Espacio: cuarto de página Palabras recurrentes: pintura, muestra, Miguel Varea."
12	<i>Hoy</i>	may-09	Miguel Varea: "Rafael Correa es una marca comercial"	Entrevista	Datos personales y de la trayectoria del artista recogidos a través del diálogo con el artista.	"Fuentes: Artista Miguel Varea Datos: Técnicas de trabajo del artista; datos de trayectoria, opiniones del artista Imágenes: fotografía del artista "	"Espacio: cuarto de página Palabras recurrentes: Miguel Varea, Correa, muestra, obra, medios"
13	<i>El Telégrafo</i>	may-09	Varea expone en la CCE	Noticia	Datos informativos de la exhibición El Paisito marcha en la CCE, con datos de la trayectoria del artista.	"Fuentes: una fuente informativa, CCE Datos: Se menciona lugar de exhibición y número de obras. Imágenes: ninguna"	"Espacio: 4 párrafos en sitio web Palabras recurrentes: Migue Varea, exposición."

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 3.

Valores Noticiosos de la cobertura del mes de julio, año 2009

	MEDIO	FECHA	TITULAR	GÉNERO PERIODÍSTICO	CONTENIDO DE LA NOTICIA	PRODUCCIÓN	TEXTO
1	<i>La Tarde (Cuenca)</i>	jul-09	Varea, artista crítico de los Gobiernos	Reportaje	Reportaje que recoge opiniones del artista respecto a su exhibición en el Salón del Pueblo, en la Casa de la Cultura Ecuatoriana, Cuenca. El periodista hace averiguaciones sobre los nombres de las obras, los años de trabajo y la propuesta discursiva del trabajo de Miguel Varea.	"Fuentes: Miguel Varea Datos: Nombres de las obras, técnica de trabajo, datos biográficos y de trayectoria."	"Espacio: una página Palabras recurrentes: Varea, artista, obras, Y si nuevas cadenas preparan", Patria, Presidente."
2	<i>El Mercurio</i>	jul-09	Arte - denuncia en el Salón del Pueblo	Noticia	Datos informativos de la exhibición El Paisito marcha en el Salón del Pueblo, Cuenca; opiniones del artista.	"Fuentes: Miguel Varea Datos: Opiniones del artista respecto a la muestra, nombres de obras de Miguel Varea."	"Espacio: 1/3 de página Palabras recurrentes: Varea, arte, revolución."
3	<i>El Tiempo</i>	jul-09	El socialismo era rojo, ahora es rosado: Varea	Reportaje	Reportaje que recoge opiniones del artista respecto a su exhibición en el Salón del Pueblo, en la Casa de la Cultura Ecuatoriana, Cuenca. El periodista hace averiguaciones sobre su trabajo, identificando nombres de obras, profundizando en el pensamiento y el discurso de Varea.	"Fuentes: Miguel Varea Datos: Nombres de las obras, técnica de trabajo, datos biográficos y de trayectoria; datos de la muestra, lugar, día, hora. Características de la caricatura del artista."	"Espacio: una página Palabras recurrentes: Varea, artista, obras, socialismo, revolución, poder."

Fuente. Elaboración propia.

Referencias

- Bravo, J. (2022). *La investigación social en comunicación: investigación cuantitativa, cualitativa y participativa*. Ediciones Universidad Nacional de Chimborazo.
<https://doi.org/10.37135/u.editorial.05.57>
- Bruhn, J. (2012). *La comunicación y los medios. Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa*. ed. de Klaus Bruhn Jensen. Fondo de Cultura Económica.
- Contreras F. R. y Gil González J. C. (2016). Periodismo y arte: dos caminos creativos entrecruzados. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 22(2), 695-707.
<https://doi.org/10.5209/ESMP.54230>
- Díaz, J. (2009). La polémica, las «buenas noticias» y las «malas noticias» como valores noticiosos predominantes en el discurso sobre la salud en tres diarios nacionales españoles. *Revista electrónica de estudios filológicos*, 17. <http://www.tonosdigital.es/ojs/index.php/tonos/article/view/301>
- Febres Cordero, F. (2013). *Pluma y murmullos*. Dinediciones.
- Garza, C. J. (2006). Vigencia del relato como sentido de la realidad. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 12, 145-159. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0606110145A>
- Hjarvard, S. (2012). El estudio de la producción de noticias. En Klaus Bruhn Jensen (Ed.), *La comunicación y los medios. Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa* (145-172). Fondo de Cultura Económica.
- Kapuściński, R. (2004). *El mundo de hoy. Autorretrato de un reportero*. Anagrama.
- Kemp, M. (2014). *El arte en la historia*. Turner publicaciones.
- López, F. (2002). *El análisis de contenido como método de investigación*. XXI Revista de Educación de la Universidad de Huelva, 4, 167-179.
- López, X. (2015). *Periodismo en cambio*. Media XXI.
- Morán, G. (2017). En A. Valdez. *Portafolio del Artista Miguel Varea*.
<https://issuu.com/ispade/docs/portafolio2019br>
- Parratt, S. (2008). *Géneros periodísticos en prensa*. Ediciones Ciespal.
- Rivera, J. (1995). *El periodismo cultural*. Paidós Ibérica.
- Rodríguez, F. (2006). *Periodismo cultural*. Editorial Síntesis.
- Schensul, S. L., Schensul, J. J. y LeCompte, M. D. (1999). *Essential Ethnographic Methods. Observations, Interviews, and Questionnaires*, vol. 2. Alta Mira Press.
- Schroder, K. (2012). *Realidades discursivas*. En Klaus Bruhn Jensen (Ed.), *La comunicación y los medios. Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa*. Fondo de Cultura Económica.
- Tuñón de Lara, M. (1984). *Metodología de la historia social de España*. Siglo XXI de España.
- Varea, M. (2015). *A la luz de una esperma nuevecita*. Centro Cultural Metropolitano.

Semblanza de los autores

María Magdalena Bravo es comunicadora social, docente e investigadora. Licenciada de la Universidad Politécnica Salesiana de Quito (Ecuador). Máster en Comunicación de la Universidad Andina Simón Bolívar (Ecuador). Candidata Doctoral en Comunicación e Información Contemporánea, en la línea

de Periodismo Cultural, con la Universidad Santiago de Compostela (España). Investiga asuntos de periodismo cultural y educación. Su experiencia profesional está en los campos del periodismo y la docencia de tercer nivel. En la actualidad es Rectora del Instituto Superior Tecnológico para el Desarrollo ISPADE en Quito, cargo que viene desempeñando desde 2015 (Ecuador).

Fermín Galindo Arranz es licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad del País Vasco (1986: Periodismo; 1989: Publicidad), y Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad del País Vasco (1992). En la actualidad es Profesor Titular de Universidad de la Universidad de Santiago de Compostela donde ejerce la docencia desde 1993. Miembro del Consejo Internacional del CILEC, participa activamente en sus congresos y dedica su investigación al estudio de los valores literarios del mejor periodismo internacional, con especial dedicación a la vida y obra de Julio Camba. Profesor de géneros periodísticos, es autor de numerosos artículos científicos y otras publicaciones sobre esta disciplina.

Julio Bravo Mancero es comunicador social, docente e investigador en la Universidad Nacional de Chimborazo. Licenciado en Comunicación de la Universidad Nacional de Chimborazo (Ecuador). Máster en Comunicación Corporativa de la Universidad Regional Autónoma de los Andes (Ecuador). Doctor PhD (Cum Laude) de Universidad de Santiago de Compostela (España). Docente de posgrado en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Ha publicado ocho libros sobre comunicación; conferencista en Iberoamérica; y, ha trabajado en medios de comunicación masiva. En la actualidad es Director de Carrera y Líder de Grupo de Investigación.

La deconstrucción de la *Beautiful Fighting Girl* desde el Pigmalión. Análisis de *NieR Automata* (2017) a través de una óptica feminista postestructuralista

The deconstruction of the Beautiful Fighting Girl through the Pygmalion archetype. Analysis of NieR Automata (2017) from a feminist poststructuralist perspective

Carlos Álvarez Barroso

Universidad de Sevilla | Calle Américo Vespucio, 27, 41092 Sevilla, España
0000-0003-2183-5384 · caralvbar@gmail.com

Fechas: Recepción: 29/09/2022 · Aceptación: 03/11/2022 · Publicación: 15/01/2023

Resumen

Descrito por Saitō Tamaki en su ensayo *Beautiful Fighting Girl* (2011), este arquetipo corresponde a una serie de patrones específicos de la ficción japonesa. Desde una perspectiva lacaniana, el autor desentraña la psique del *otaku*, trazando una estructura donde la barrera entre la ficción y la realidad son desdibujadas mediante el campo magnético de la sexualidad y la histerización del sujeto hacia las figuras de ficción. Aunque, por definición, se traten de personajes femeninos que intervienen en el transcurso de su obra y luchan por cumplir su voluntad, estas heroínas perpetúan unos códigos de fechitización provenientes de la cultura heteropatriarcal japonesa. Así, y mediante esta paradoja ajena a las corrientes postestructuralistas feministas de Occidente, se confeccionan unos personajes orientados hacia la mirada deseante masculina. Sin embargo, Taro Yoko, en su videojuego *NieR Automata* (2017), exhibe unos personajes que escapan de estos cánones, imponiendo un modelo más cercano al feminismo socialista del *Manifiesto Ciborg* (1984) de Donna Haraway. Dada la popularidad de la *Beautiful Fighting Girl* en Japón y, por extensión, en Occidente tras las recientes oleadas neojaponistas esta investigación pretende servir a aquellos diseñadores de narrativas videolúdicas que busquen representaciones feministas adecuadas para los discursos postmodernos contemporáneos. Con tal fin, se procederá a un exhaustivo análisis de los componentes de la obra y a la contraposición simbólica de sus elementos.

Palabras clave: *Beautiful Fighting Girl*, *Otaku*, *NieR Automata*, Videojuego, *Cyborg*.

Abstract

Described by Saitō Tamaki in his essay *Beautiful Fighting Girl* (2011), this archetype corresponds to a series of patterns specific to Japanese fiction. From a Lacanian perspective, the author unravels the psyche of the *otaku*, tracing a structure where the barrier between fiction and reality are blurred through the magnetic field of sexuality and the hystericization of the subject towards fictional figures. Although, by definition, they are female characters who intervene in the course of their work and struggle to fulfill their will, these heroines perpetuate codes of fechitization stemming from Japanese heteropatriarchal culture. Thus, and by means of this paradox, outside the feminist post-structuralist

currents of the West, characters oriented towards the desiring male gaze are created. However, Taro Yoko, in his video game *NieR Automata* (2017), exhibits characters that escape these canons, imposing a model closer to the socialist feminism of Donna Haraway's *A Cyborg Manifesto* (1984). Due the popularity of the *Beautiful Fighting Girl* in Japan and, by extension, in the West following recent neo-Japonisme waves this research is intended to serve those designers of videoludic narratives seeking feminist representations appropriate to contemporary postmodern discourses. To this purpose, an exhaustive analysis of the work's components and the symbolic contraposition of its elements will be developed.

Keywords: *Beautiful Fighting Girl, Otaku, NieR Automata, Video game, Cyborg.*

1. Introducción

Existe un problema de base en la construcción de narrativas japonesas con representación femenina. Más allá de pertenecer a una sociedad profundamente heteropatriarcal cuya influencia estratifica diversos niveles socioculturales, encontramos un país que ha procurado modernizar sus tradiciones (Bellah, 2003), manteniendo, en su seno, una poderosa influencia conservadora¹. Hasta el punto de que, a pesar de disponer de la EOL (Ley de Igualdad de Oportunidades) (1992), su falta de aplicación no es penada jurídicamente (Sugimoto, 2010). Dichas prácticas se acompañan junto a una reticencia continuada de la mujer en el entorno laboral, siendo acusada de la escasa natalidad del país (De Pablo Rodríguez, 2014) y obligada a ajustarse al rol binario heterosexual familiar.

1.1. La paradójica posición de la demografía femenina nipona

Teniendo en consideración la carga ideológica inconsciente presente en la industria audiovisual (North, 1981; Žižek, 2003), encontramos retazos de dichos códigos en la tradición manga-*anime* nipona. Por otro lado, cabe destacar la paradójica interpretación del público occidental a producciones japonesas destinadas a demografía femenina. Por ejemplo, una lectura crítica de diversos artículos publicados durante las últimas dos décadas gira en torno a la reivindicación de *Sailor Moon* (1991) como un manga transgresor y progresista, o el punto de cronología del LGTBIQ+ en la animación televisiva (Burgos, 2021; Cockerill, 2019; Delamorclaz, 2018; Hewlett, 2015; Joannette, 2009). Sin embargo, *Sailor Moon*, al igual que el manga *shōjo*, presenta recintos estancos donde la maduración y progresión individual se recompensa con la instalación de la mujer en el imaginario conservador japonés. A través de estas ficciones, presenciamos espacios donde «las chicas son libres de fantasear, pero también [el espacio está afectado] por la temporalidad de ese sueño, que acabará por llegar a la madurez» (Fernández, 2019, p. 31). Son narrativas ambientadas en atmósferas idílicas y oníricas, una ficción donde las lectoras pueden proyectarse como si fueran parte de ese sueño. Esta idiosincrasia es semejante a la ejercida por las escuelas cristianas en Japón. Estas instituciones, de gran reputación, inculcaban valores e ideales shōjo. Creando espacios cerrados y privados, donde las chicas vivían ajenas de las exigencias del mundo real y las responsabilidades sociales, pero donde, a su vez, eran debidamente reconducidas para poder ser felices esposas y madres en un futuro (Shamoon, 2012).

1 *Harmony, Hierarchy and Conservatism: A CrossCultural Comparison of Confucian Values in China, Korea, Japan and Taiwan* (Bing et al., 2006) describe cómo las influencias confucianas aún sobreviven en la actualidad de los países de Asia Oriental. Permeando, a varios niveles, en sus estructuras sociales.

Esta disposición evidencia una preocupación por ubicar una barrera entre el mundo masculino y femenino, promoviendo los roles de género tradicionales (Takahashi, 2008). Para preservar dichos sentimientos, se enfatizarían las relaciones homosociales, llegando incluso a lo que Shmoon (2012) denomina «amistad apasionada», recibiendo esta amistad un tratamiento prácticamente romántico. Por otro lado, a la *shōjo* ficcional se le permitiría experimentar y ser rebelde (mediante el rechazo del mundo adulto), mientras que se le ofrecen modelos de conducta. También podría tratarse de una «rebeldía sentimental» ya que, tal y como formula Prough (2011), el choque contra la razón y convenciones sociales justifican ficcionalmente la aparición de escenas o tramas «*doki doki mono*» (どきどきもの que «hacen al corazón acelerarse»), atrayendo así la atención de las lectoras. A pesar de esta etapa rebelde, la aspiración última de la *shōjo* es ser buena esposa, madre y ama de casa² (Fernández, 2019). Esta orientación que señala el camino para la felicidad definitiva de la protagonista se envuelve en una atmósfera de belleza, elegancia y sofisticación. Por último, y en lo que respecta a la participación masculina en esta dimensión ficcional, los hombres son representados como los receptáculos de la idea tradicional de la fuerza, confianza e incluso arrogancia, ubicándose superiores moral e intelectualmente, mostrándose sexualmente activos y agresivos (Fernández, 2016).

1.2. Convergencias y divergencias narrativas con el género *shōnen*

El *shōnen*, entendido como la demografía manga/*anime* dirigida principalmente al público juvenil masculino, exhibe narrativas orientadas a enfrentamientos épicos y aventuras. Protagonizadas en su mayoría por personajes que disfrutaban de la edad del público objetivo, encarnan fantasías de poder al dominar, de una forma u otra, sus contrapartes femeninas en la ficción (López y García, 2011). En la investigación *Arquetipos iconográficos femeninos en el cómic y la animación japonesa para adolescentes masculinos* podemos atestiguar cuantitativamente cómo figuras femeninas suelen ser representadas como la acompañante del héroe, la villana o *femme fatale*, el interés romántico, o, en conclusión, personajes caricaturizados cuya composición anatómica se centra en resaltar sus atributos sexuales. Dichas mujeres, cuyo rango de edad orbita entre los 14 y 20 años, subliman su existencia a la voluntad del héroe.

Tanto el *shōnen* como el *shōjo* configuran unos códigos argumentales visibles en otras producciones audiovisuales. Si presentamos atención al videojuego, especialmente al JRPG, encontraremos un caso particular. En su mayoría, estas producciones buscan emular los cánones del *shōnen*, perpetuando arquetipos sexistas (Mineau-Murray, 2021; Vossen, 2020; Caldwell, 2016) y, gracias a las virtudes interactivas del medio, permiten experimentar y personalizar la fantasía de poder. La presente investigación analizará *Nier Automata* (2017)³ desde el prisma arquetípico de la *Beautiful Fighting Girl*. Sexista en su base, esta línea teórica impulsada por Saitō Tamaki, nos servirá para atestiguar cómo este videojuego deconstruye los arquetipos patriarcales del manga/*anime* mientras reconfigura los espacios interactivos para desarrollar un discurso crítico y profundamente feminista.

² En este sentido, la definición de la *shōjo* referencia lo que Thomas Lamarre (2009, pp. 209) define como «una brecha entre la chica y la imagen». Es decir, existe una divergencia entre la *shōjo* real (siendo entendida como una niña, o mujer en su sentido más general) y su abstracción ficticia (que depende de intermediadores metafóricos para representar los cánones impuestos: lirios y otros símbolos de pureza, disposición de las líneas y estructuración anatómica, etc.).

³ El videojuego, dado su enfoque narrativo y naturaleza *crossmedia*, ha sido objeto de análisis desde varios prismas. Por los paralelismos metodológicos y objetivos, destacamos las disonancias ludoéticas exploradas por Jacević (2017) y la irónica concepción posthumanista del *cyborg* de Solberg (2021).

2. Metodología

El videojuego, debido a su naturaleza lúdica computacional, supone la convergencia de una serie de sistemas analizables. Partiendo de una base puramente narrativa, encontramos referentes como el reiteradamente nombrado trabajo de Murray (1997), pasando por la posición ludologista (Aarseth, 1997; Juul, 2001) y planteamientos que abogan por una posición interseccional (Vaz, 2016; Frasca, 1999). Es, en estos últimos, donde encontraremos el prisma postestructuralista más conveniente: el análisis ludonarrativo. Aunque proveniente de un sistema binarizado, la ludonarrativa se compone por una estructura triangular donde convergen lo puramente lúdico, la sucesión de acontecimientos que define la jugabilidad y la capacidad de vincular narremas (Klevjer, 2001). Dicho de otro modo, una experiencia a tres niveles constituida por el reglamento, la ficción y el relato (Navarro-Remesal, 2015). Además, dada la naturaleza sintética de los elementos, la carga ideológica impregna los diversos niveles de la composición cibertextual, habilitando diseños de juego capaces de reflexionar sobre retratos de la violencia (Kinder, 1991), descripción y tratamiento de diferentes minorías (Ow, 2000), presunciones ideológicas funcionales en el espacio videolúdico (Flores y Velasco, 2020) y, siendo la articulación relevante para esta investigación, análisis de discursos sexistas o imágenes femeninas (Beck *et al.*, 2012). Esta propuesta metodológica, caracterizada por la multiplicidad de enfoques del videojuego (una retórica procedural adscrita a los mecanismos ludológicos, narrativos y normativos), se anexiona con el discurso de Aarseth:

Por supuesto, no hay una forma «adecuada» de abordar los medios digitales, [...]. En lugar de jugar a la combinatoria y aplicar tal o cual paradigma a los nuevos fenómenos, parto de la base de que los nuevos medios exigen nuevas perspectivas y marcos conceptuales; y que debemos alejarnos de nuestras teorías si queremos ver algo que no esté ya inscrito en ellas. (Aarseth, 1999, p. 32)

Años más tarde depuraría esta disertación:

A la hora de recopilar información sobre el juego, debemos utilizar tantas fuentes como sea posible. Jugar es esencial, pero debe combinarse con otras fuentes si es posible. [...] El análisis también debe contener una reflexión sobre las fuentes utilizadas; de dónde proceden, qué se podría haber incluido, por qué hemos seleccionado las que hemos hecho, etc. (Aarseth, 2003, p. 7)

De esta forma, Aarseth postula que el deber del investigador no orbita sobre la necesidad de encontrar una metodología concreta, sino de profundizar en el objeto de estudio mediante la interacción directa y recopilar toda la información posible proveniente de otras fuentes. Y, en un medio donde la interconexión de códigos audiovisuales supone gran parte de la experiencia lúdica, el diseño de acercamientos multidisciplinares (donde el objeto es estudiado bajo corrientes teóricas externas) se erige como una opción factible y sumamente enriquecedora de cara a futuras investigaciones.

3. Resultados

3.1. La definición de *otaku*

Antes de desarrollar la teoría de Saitō Tamaki, sería necesario desarrollar primeramente una definición precisa del concepto *otaku*. El *otaku* supone una figura capital dentro de su estudio debido al vínculo que sostiene con estructuras ficticias, conformando un nicho de mercado basado en la sexualización y mercantilización de determinadas figuras. Debido a la globalización y propagación de la producción audiovisual japonesa dentro de la cultura pop internacional, el término *otaku* orbita la polisemia y conforma diferentes identidades (Álvarez, 2019). Mientras que en Occidente se relaciona de manera superficial con el fanático al manga y anime (Ito *et al.*, 2012), Japón alberga una serie de significados paradójicos. Más allá de indicar unos hábitos de consumo, recoge unas determinadas características socioculturales que pueden definirlo como tal.

Para empezar, estamos ante un término sobre el que pesa una importante carga estigmatizante. Según indica el propio Tamaki (2011) existe una mirada estereotípica por parte de la población japonesa hacia la cultura *otaku*, siendo señalados como inmaduros, escapistas de la realidad y sujetos prácticamente asociales. Por otro lado, Otsuka (1992), antropólogo dedicado al estudio de esta tribu urbana, los describe como sujetos proactivos, de alto nivel adquisitivo e inquisidores con todo aquello vinculado al *daraku* (墮落), depravación. Ante esta coyuntura, Saitō reniega de las definiciones vinculadas a las relaciones y ofrece un prisma relativo a sus conexiones con lo ficticio:

1. Se trata de un sujeto con un gran interés en el contenido ficticio.
2. El *otaku* hace uso de la ficción para poseer el objeto de deseo.
3. Es capaz de encontrar interés sexual en los propios objetos de ficción.
4. El *otaku* es capaz de habitar en la ficción y en la realidad (Tamaki, 2011).

El autor se apoya en la teoría lacaniana para apoyar el último aspecto de esta definición, recurriendo al nudo borromeo compuesto por lo Real, el Simbólico y el Imaginario. El Imaginario, como reino de las imágenes y representaciones, permanece en el interior del sujeto. Es aquí donde «significado» y «experiencia» son posibles. Dicho de otro modo, cuando el sujeto tiene la conciencia de estar experimentando algo es porque se ubica en el Imaginario (Bailly, 2012). Podríamos suponer entonces que la ficción imaginaria del *otaku* somete lo Simbólico, pero sería un error, ya que no es posible entender lo Simbólico a través del Imaginario. Es más, según menciona Azuma (1999), lo Simbólico se ha detenido en la sociedad japonesa actual. De este modo, Saitō propone que el *otaku* sólo sea discutido en términos imaginarios. En otras palabras, puede postularse una diferencia no estructural entre el *otaku* y el no *otaku*, ya que ambos son neuróticos (entendiendo por neurosis la estrategia del sujeto por eludir lo inaceptable) y tienen la misma relación con el Simbólico. Partiendo de esta base, sería necesario colocar una serie de puntualizaciones: teniendo en consideración que la captación visual es el principal vehículo para la traslación de imágenes, ¿qué es aquello que produce una atracción en el individuo sobre el objeto de deseo? Encontramos la respuesta en la mascarada. Este término supone una producción performativa de una ontología sexual, una argumentación que se hace convincente como si fuese un «ser». A su vez, puede entenderse como la negación de un deseo femenino «que presupone alguna feminidad ontológica anterior generalmente no representada por la economía fálica» (Butler, 2007, p.121). Construida con predemitación, supone una imagen que, en lugar de ser amada por el sujeto, le provoca un irrefrenable deseo por la misma, creando una relación

con el Otro⁴ haciendo uso del fantasma⁵. En definitiva, el deseo nunca podría verse completado en su totalidad naciendo una consecuencia directa de esto: que el sujeto recurra al goce para tratar de paliar una carencia que es incapaz de asimilar. Por otro lado, el mercado del manga/*anime* es una construcción que, en la mentalidad del *otaku*, figura como la realidad diaria. Esta construcción no puede verse como irreal, ya que el mercado es alimentado por una innumerable cantidad de acérrimos fans, expandiéndolo y creando una formidable cantidad de beneficios. Como resultado, es un espacio que busca, por encima de todo, la capacidad de crear ficciones disfrutables (Tamaki, 2011).

3.2. La *Beautiful Fighting Girl* y la «chica fálica»

El concepto de «chica fálica» bebe en gran medida del término psicoanalista conocido como «madre fálica», las cuales son vistas como símbolos de perfección y omnipotencia. A falta de una mayor definición, es determinante mencionar que el espectador es incapaz de alcanzar el objeto de deseo, cayendo en un síntoma de histeria al sentirse atraído por la «chica fálica». En lo que respecta a la *Beautiful Fighting Girl*⁶, es descrita como una extraordinaria invención capaz de encapsular múltiples formas de erotismo en una configuración estable. Irradian potencial omnidireccional de machismo, fetichismo, sadismo y otras perversiones. Sin embargo, lo que resulta verdaderamente problemático sería que «probablemente seguirá siendo vista como la compañera del personaje del héroe masculino y protegida como un icono feminista» (Tamaki, 2011, p. 158). Al mismo tiempo, cuando el sujeto se postula en el Real como el reino de lo imposible (un reino paradójico que existe porque es imposible de experimentar), estimula el Simbólico y el Imaginario, logrando hacer emerger una realidad imaginaria donde sentirse inverso. Por su parte, la «madre fálica» es uno de los conceptos clave del psicoanálisis; es literalmente una madre con falo, y algunas veces se usa para describir una mujer que posee una gran autoridad. Es vital referirse a las *Beautiful Fighting Girl* como «chica fálica» ya que existe una diferencia entre ambas. La «chica fálica» a diferencia de la «madre fálica», no se ha enfrentado a ninguna clase de trauma y no posee necesariamente una motivación para luchar. La «madre fálica», por su lado, ha superado una herida, un trauma, y eso es lo que empuja a luchar.

La «chica fálica» es completamente vacante, poseyendo la habilidad de luchar sin una razón aparente. Ella encuentra su histeria tras haberse identificado con el falo, sin embargo, este está vacío, y nunca volverá a ser utilizado. Se trata de una mujer forzada a hacer una mediación entre mundos que desconoce. Medir entre deseo y energía, debido a un vacío, es referido como histeria por Nasio (1998). Respecto a la histeria, esta debe ser entendida como una forma de neurosis, como la neurosis obsesiva, y tiene una estructura. En concreto, una contraria a la del obsesivo. Consiste en ubicarse como objeto de deseo del Otro, procurando que ese deseo (y en consecuencia también el propio) no se vea nunca satisfecho. De ahí que, mientras al obsesivo lo define el «deseo imposible», al histérico lo define el «deseo insatisfecho». Según Lacan (2013), el proceso de la histeria se lleva a cabo durante

4 Lacan recoge el signo en Saussure y lo transforma conforme a su teoría psicoanalítica. Lo primero en una relación afectiva no se trata del sentimiento, ni siquiera del aprecio, sino de un significante que el sujeto interpreta. El significa responde a un estímulo externo (el deseo es de Otro, y el sujeto se ve forzado a entenderlo). Esto quiere decir que inicialmente se parte de una necesidad (ya sea corporal o afectiva, que corresponde a una carencia que perturba al sujeto y lo obliga a demandar y exigir). Para solicitar dicha demanda, el sujeto hará uso de un código construido mediante una cadena de significantes (Lacan, 2003).

5 El fantasma lacaniano se define como la estrategia para localizar un objeto apto para el goce, lo cual no quiere decir que se le encuentre, pero existe la demanda y la insistencia (Lacan, 1966-1967).

6 Tal y como su propio nombre indica, esta figura, de largo desarrollo en la tradición audiovisual japonesa, está conformada por jóvenes chicas que se ven envueltas en tramas que las fuerza a enfrentarse a distintas adversidades mediante el uso de la violencia (en ocasiones explícitas, y en otras implícitas). Su especial recurrencia delata la existencia de un público masculino que se encuentra como deseante de las mismas.

la búsqueda de identificación del sujeto en el amor del Otro. De este modo, la «chica fálica» sería histerizada por la mirada del deseante. Pero volviendo a la realidad, esto es inviable. ¿Cómo es posible si no deja de ser material ficticio? Saitō señala cómo la realidad japonesa es distinta a la occidental, ya que en Occidente tratamos de mantenernos en lo Real como si de un cordón umbilical se tratara, y esto en Japón no existe. Ellos no disfrutan la ficción porque sea una forma de realidad virtual, sino porque tiene el estatus de otra realidad, una que demanda un reordenamiento del sujeto (2011, pp. 162). Esta otra realidad, separada de la realidad del día a día, necesita del campo magnético de la sexualidad, del mismo modo que el dibujo de un cuerpo desnudo puede hacer reaccionar al sujeto de una manera o de otra. El sexo ya no es algo instintivo, pero no deja de ser algo relacionado con el ser, y eso es algo que fue señalado por el pensamiento freudiano. De igual modo, la «chica fálica» es un puente entre el deseo que siente el *otaku* en la realidad y el mundo ficticio audiovisual japonés.

Dada su recurrencia, encontramos una amplia genealogía en torno a la figura. Esta investigación, a través de las sinergias con la corriente feminista postestructuralista de Haraway (1984), se apoyará sobre en el arquetipo del Pigmalión dentro del uso teórico de Tamaki (2011), para establecer las contraposiciones simbólicas deconstructoras de *NieR Automata* (2017). La definición ofrecida por el autor se aleja del germen mitológico, siendo empleada para indicar un universo de narraciones donde un hombre busca que una mujer internamente vacía adquiera una personalidad deseable educándola (pp. 195).

3.3. Sobre la neurosis del *otaku*

Teniendo en consideración el punto anterior, podemos deducir una nueva afirmación: la industria audiovisual japonesa es impulsada por neuróticos y se destina al consumo de otros neuróticos que, en lugar de transmutar sus fantasías en creaciones, simplemente pueden capitalizarlas y comercializarlas. Es decir, el *otaku* que transmuta sus fantasías en creaciones se transforma en autor, pero aquel que simplemente es abastecido por el mercado del *otaku* se convierte en un receptor satisfecho (Ōtsuka, 2010). Respecto a la recurrencia de la figura, es necesario mencionar cómo el sujeto consume el producto audiovisual mientras cae en la estructura de deseo: el deseo nace de la pulsión, la cual se basa en un circuito de constante repetición ya que el sujeto nunca llega a satisfacerse plenamente. Contemplar la naturaleza recurrente de la *Beautiful Fighting Girl* es admitir la existencia de un eterno circuito pulsional⁷.

Por otro lado, sería pertinente indagar en el concepto de la mascarada dentro de este contexto. Partiendo de la base de la inexistencia de la relación sexual⁸, es necesario remarcar que una imagen carece de género. El *otaku* se deleita con las imágenes creadas por el autor y es capaz de discernir con facilidad qué personaje se posiciona en el campo masculino y cuál en el femenino. Pero esto,

7 Lacan efectúa una separación en la función biológica de la reproducción y la pulsión, ya que una es una pulsión supuestamente global mientras que la otra es parcial. Refiriéndose a la parcial, puede ser una reproducción deseada o evitada. Sin embargo, toda pulsión parcial está conectada con una global. Finalmente, la pulsión puede alcanzar la falsa satisfacción retomando a la zona erógena de la cual procedía, demostrando que lo que realmente importa en este proceso es el circuito y no la meta (Lacan, 2003).

8 El amor lacaniano abandona la repetición freudiana y se posiciona como invención, pues no hay un modelo previo. Es invención en el fondo de la imposibilidad de escribir la relación sexual. Frente a la inexistencia del amor sexual, el individuo se verá forzado a inventar un modo propio de amor y de hacer pareja, introduciendo una relación del amor con el síntoma. En la medida que el síntoma es el signo donde el sujeto de esta disarmonía fundamental marca la relación con el sexo. Cuando se ama, se ama al síntoma del Otro, y al mismo tiempo, el sujeto se posiciona como síntoma en el Otro, estableciendo una relación de mascaradas que trasciende al género (Allouch, 2009).

nuevamente, es causa de la intención del autor, quien efectuando una mascarada sobre su creación ha posicionado al personaje en el tradicional eje binario sexual. El manga/*anime* y videojuego japonés, al tratarse de un producto artificial nacido de la imaginación, puede permitirse formas anatómicas imposibles, cuerpos hipersexualizados, eventos localizados en las fantasías de un autor que buscar sentar sinergias con sus lectores. Así, es posible crear mascaradas imposibles que responden a fantasías inconcebibles de los neuróticos que crean o consumen.

Sin embargo, ¿esto no posicionaría al *otaku* como un maníaco? Durante el apartado dirigido a explicar la sexualidad problemática del *otaku* se señaló como principal diferencia la posición que ocupa el objeto de deseo. En el caso del maníaco, este se encuentra en lo tangente, mientras que el *otaku* lo localiza en la ficción. A pesar de todo, esta diferencia no es la única existente. El maníaco encuentra su objeto de deseo en una figura material, siendo sometida a una serie de requisitos exigidos por el sujeto. Entre ellos, destaca principalmente la propiedad única sobre la pieza, la extenuante protección, un aprecio por parte del maníaco que roza la sacralidad y una fidelidad recíproca. Mientras tanto, el *otaku* no espera tales características de la figura ficticia. Esto puede demostrarse en el éxito del que gozan los mangas que parodian a los distintos personajes (ya sean *fanarts* o mangas autopublicados) del imaginario audiovisual japonés. Mientras que para el maníaco esto es inconcebible, el *otaku* disfruta con dichas creaciones.

4. Discusión

Dada las características de la triangulación ludonarrativa, la taxonomía elegida dividirá el videojuego en diferentes estratos para señalar su intencionalidad deconstructiva mediante la contraposición simbólica de elementos. Primero, se partirá de sus componentes narrativos para luego proceder a un examen de su estructura normativa y lúdica.

NieR Automata, desde los primeros compases, se sustenta sobre la robótica para establecer un juego de metáforas con el concepto de ser humano, tal y como hizo Donna Haraway mediante *El Manifiesto Cyborg* (1984). Sería conveniente citar a Haraway antes de iniciar el análisis:

La ciencia ficción contemporánea está llena de cyborgs —criaturas que son simultáneamente animal y máquina, que viven en mundos ambigüamente naturales y artificiales. La medicina moderna está asimismo llena de cyborgs, de acoplamientos entre organismo y máquina, cada uno de ellos concebido como un objeto codificado, en una intimidad y con un poder que no existían en la historia de la sexualidad. El 'sexo' del cyborg restaura algo del hermoso barroquismo reproductor de los helechos e invertebrados (magníficos profilácticos orgánicos contra la heterosexualidad). Su reproducción orgánica no precisa acoplamiento. (p. 7)

El videojuego parte de esta utopía para instaurar un universo dominado por un ejército androide en continua batalla contra máquinas de procedencia alienígena⁹. El jugador toma el control de 2B, un

9 Volviendo a Haraway, encontramos una cita especialmente relevante para enfrentar el objeto de estudio: «Las tecnologías tales como los videojuegos y los receptores de televisión altamente miniaturizados parecen cruciales para la producción de las formas modernas de la 'vida privada'. La cultura de los videojuegos está sobre todo orientada a la competitividad individual y a la guerra extraterrestre. Aquí son producidas imaginaciones genéricas y de alta tecnología que pueden dar lugar a la destrucción del planeta y a una huida de ciencia ficción de sus consecuencias» (1984, p.35).

androide que, dada su naturaleza inorgánica y su revestimiento femenino, encarna el arquetipo del Pigmalión sublimado a la *Beautiful Fighting Girl*. Esto se hace especialmente notable cuando 9S, un androide masculinizado y profundamente emocional que acompaña a 2B durante sus misiones, trata de colmar su vacuidad y empujarla hacia la dinámica binarista. Al igual que establece MacKinnon (1982), esta objetivación sexual parte de una ilusión y abstracción. Bajo esta panorámica, una mujer no está únicamente alineada de su producto, sino que, directamente, no existe como sujeto ya que carece su existencia como mujer de cara a la apropiación sexual. Esta suerte de neurosis de 9S parte de la Red, una base de datos que ha dejado tras de sí la extinta humanidad. Es, gracias a la absorción de mascaradas humanas, donde se genera una constante neurosis que estructura la psique de los personajes al entrar en contacto con los artificiales significantes y roles humanos. Tomando como referencia el apotegma lacaniano: «El inconsciente es estructurado como un lenguaje» (Lacan, 1999), hallamos una narración donde el razonamiento de los androides se encuentra en circuitos inertes que tratan de asimilar definiciones lingüísticas que no son capaces de comprender. Al mismo tiempo, la ambientación distópica apocalíptica refleja el colapso de un capitalismo industrial que parte hacia un sistema polimorfo de información. Conformando una sucesión de dicotomías que coinciden con la lista de transiciones enumeradas por Haraway (1984, p. 25). Este registro de ordenes naturales pervertidos por la informática de la dominación se ha seguido celosamente durante el desarrollo del videojuego para mostrar la realidad desnaturalizada que predecía su línea teórica.

Volviendo a la mascarada, sería necesario mencionar a Simone. Este robot reside en una aldea autodenominada como neutral y pacífica. Sin embargo, al acceder a los símbolos y lenguaje de la Red¹⁰, Simone se topa con diferentes novelas y ensayos que hablan sobre el amor. Este conocimiento crea una necesidad: ser amada por Otro para sentirse completa. En esta comunidad también reside Jean-Paul, un robot que, tras leer los distintos manuscritos del autor con el mismo nombre, adoptó su personalidad e ideales. De esta forma, Jean-Paul se ubica a sí mismo como significante, adquiriendo un nombre que lo distingue del resto de sus semejantes. A su vez, trata de imitar la vestimenta del hombre contemporáneo del siglo XX. Simone, tras fijarse en él, quiere su amor para sentirse identificada. Pero es rechazada al no llevar a cabo la mascarada. Como robot carece de género y la tradición patriarcal del lenguaje exhibe una combinación binaria entre el hombre y la mujer. Jean-Paul debido a su actitud y mascarada, se ubica en el plano masculino, por lo cual Simone deberá disponerse en el femenino. Tras improvisar una mascarada mediante finas líneas de tejido que simulan una extensa melena y el uso de un telar rojo para fabricar una falda, finaliza su mascarada. Sin embargo, Jean-Paul es incapaz de corresponderla ya que desconoce el significado del amor y, por ende, carece de la necesidad de ser identificado por otro. Simone, esclava del sistema binario y de la propia mascarada, es incapaz de alcanzar la plenitud deseada. Cayendo en la psicosis y recordando la siguiente enunciación lacaniana:

El Ich-Ideal, el ideal del yo, es el otro en tanto que hablante, el otro en tanto tiene conmigo una relación simbólica, sublimada [...]. El Ich-Ideal, en tanto que hablante, puede llegar a situarse en el mundo de los objetos a nivel del Idea-Ich, ósea en el nivel donde puede producirse esa captación narcisista [...]. Observen que en el momento en que se produce esta confusión, no hay ya ninguna regulación posible del aparato. Dicho de otro modo, cuando se está enamorado, se está loco, como lo expresa el lenguaje popular. (Lacan, 2001 pp. 216)

10 Esta interpretación de la Red también recuerda a las nociones de Rachel Grossman (1980) ya que estructura una realidad donde el sujeto está íntimamente reestructurado a través de las relaciones sociales de ciencia y tecnología. Y, al mismo tiempo, si seguimos la lógica de Haraway (1984), podemos concadenar esta construcción simbólica como un cosmos donde ciencia y tecnología otorgan fuentes frescas de poder (Latour, 1984) y, lo que es relativo para el presente relato, posicionamiento social.

Figura 1.

Detalles del diseño de Simone



Fuente. Square Enix.

Al contrario que ocurre con el *shōjo* o el *shōnen*, donde la mascarada es «recompensada», aquí conduce al sometimiento de un sistema dualista edulcorado. El amor no lleva a la identificación por parte del Otro y a la plenitud, sino a la perpetuación de unos esquemas impuestos, artificiales y caducos. Pasando a lo normativo, encontramos un principio constante durante la experiencia: la construcción de un universo basado en la muerte y resurrección constante de sus integrantes para perpetuar un conflicto que da sentido a sus vacuas existencias. Esta norma, que afecta directamente a la jugabilidad integrando la derrota como mecánica, recuerda a uno de los principios de Haraway: «Un cuerpo *cyborg* no es inocente, no nació en un jardín; no busca una identidad unitaria y, por lo tanto, genera dualismos antagónicos sin fin (o hasta que se acabe el mundo), se toma en serio la ironía» (1984, p. 54-55). Es nuestro cometido como jugador frenar esta paródica lógica capitalista, tomar conciencia dentro de la sociedad representada en el videojuego y, tras entender los entresijos postestructuralistas que componen a sus integrantes, predicar la igualdad entre propiedades humanas y no-humanas, en pos de alcanzar la simetría entre sociedad y naturaleza (Latour, 2007).

Sin embargo, hay una serie de normas destacables que atañen a la anatomía jugable de los personajes. Para cumplimentar la *Beautiful Fighting Girl*, 2B es versátil y eficaz en combate, mientras que 9S es justo lo contrario, más pasivo y diseñado para apoyar a distancia. Aquí, encontramos dos hechos reseñables.

Si ubicamos estos personajes en el eje binario que enmascaran, hallamos una contraposición con ciertas preconcepciones jugables del JRPG, donde comúnmente el personaje femenino tiende a auxiliar al héroe mientras se mantiene alejada de la refriega. Por otro lado, esta dinámica asienta una relación de dependencia absoluta entre los integrantes. Este vínculo, concadenado con la presencia del Pigmalión, conduce a un desenlace fatal entre ambos protagonistas. Donde 9S, incapaz de alcanzar el objeto de deseo, entra en una neurosis total. De hecho, durante una de las batallas, perderá un brazo y sustraerá la extremidad de 2B, en busca de la plenitud. Desgraciadamente, una vez efectuada la castración, el objeto de deseo, el falo, no vuelve. El androide pierde cualquier rastro de raciocinio, las reglas cambian, y el aliado pasa a ser una figura hostil.

Figura 2.

Dinámicas de combate



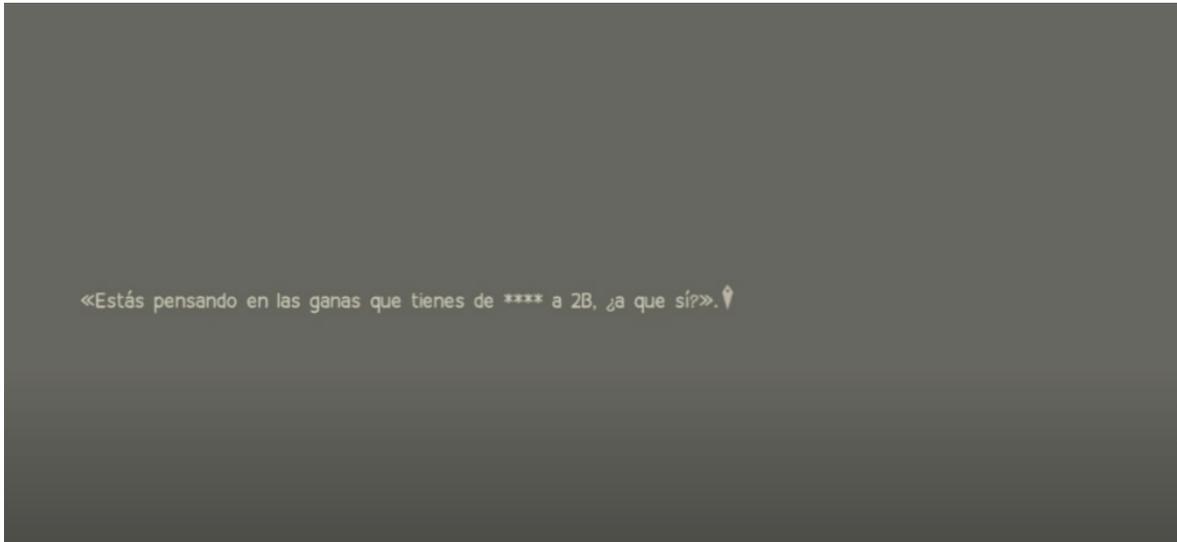
Fuente. Square Enix.

Por último, la jugabilidad se emplea para ofrecer una sucesión de interesantes metáforas relevantes para el análisis. Antes de comenzar, es necesario destacar que 2B está sexualizada deliberadamente. Deliberada, en cuanto sirve para inscribirse a la definición de *Beautiful Fighting Girl*, situarse bajo la histerizada visión del espectador y perpetuar así una serie de cánones estilísticos propios del imaginario japonés (López & García, 2011). Nuevamente, es bajo la visión de 9S donde se acentúan estas características. Durante uno de los pasajes del título, el jugador tendrá que controlar a este personaje. Dada su naturaleza, las mecánicas exigen ubicarnos en la retaguardia y dejar que sea 2B quien lidie con el combate. Es decir, logra ubicarnos en un rol cercano a la contemplación activa. Durante esos compases interactivos, 9S representa el trasvase entre el jugador y el universo ficcional. Es, en resumen, un avatar de la sexualidad *otaku*. Si el videojuego supone un conjunto de «instrucciones, reglas, ecuaciones y limitaciones para generar comportamientos de *inputs* y *outputs*» (Zeigler, 2000), 9S centraliza la normativa de una sección concreta para confeccionar un discurso que afecta a la hipermedialidad del universo metafórico y tangencial, posicionado al agente y espectador bajo una misma condición. A lo largo de este fragmento, 2B desaparece y el objetivo pasa a ser rescatarla.

Es aquí cuando la acción se detiene repentinamente mediante un texto que ocupa la totalidad de la pantalla con la siguiente pregunta: «Estás pensando en las ganas que tienes ***** a 2B, ¿a que sí?».

Figura 3.

Mensaje metaficcional



Fuente. Square Enix.

La oportuna ambigüedad de la palabra censura permite un amplio abanico de lecturas, elaborando una lectura al mismo tiempo metaficcional y capaz de conciliar ficción realidad. Al mismo tiempo, sostiene a 2B como objeto de deseo y dependiente del deseante neurótico, quien logra la totalidad al alcanzarla mientras es señalado como el consumidor capitalista de objetivaciones sexualizadas.

5. Conclusión

Haraway finaliza su trascendental formulación teórica argumentando que: «El género *cyborg* es una posibilidad local que cumple una venganza global. No existe impulso en los *cyborgs* para producir una teoría total, pero sí una experiencia íntima de las fronteras, de su construcción y de su deconstrucción» (1984, p. 55). Y *NieR Automata*, mediante la constante contraposición de elementos arquetípicos del JRPG, logra deconstruir una serie de conceptos anclados a la tradición heteropatriarcal nipona mediante la metáfora *cyborg*. Tras un análisis basado en la triangulación ludonarrativa, exponemos una descomposición taxonómica donde impera la exposición de universo devastado por la informática de la dominación, la exposición de la lógica performativa del género mediante la mascarada y denunciar la lógica capitalista dentro de las diferentes objetivaciones sexuales presentes en la perpetuación de la *Beautiful Fighting Girl*. Así, y siguiendo una metodología postestructuralista pareja a las corrientes postmodernas del feminismo marxista contemporáneo, proponemos esta ludonarrativa como modelo para la concepción de diferentes diseños narrativos y lúdicos. Taro Yoko, mediante la reimaginación de nociones sexistas intrínsecas en la ficción nipona, exhibe una intencionalidad probada de reescribir los tropos del género. Más allá de servir a una arquitectura

narrativa, estos tropos otorgan de gran atractivo aquellas historias basadas en el rechazo de ver a los personajes femeninos como nada más que los objetos del discurso y deseo masculino.

Referencias

- Aarseth, E. (1997). *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*. Johns Hopkins University Press.
- Aarseth, E. (1999). Aporia and epiphany in Doom and The Speaking Clock: The temporality of ergodic art. En M. Ryan (ed.), *Cyberspace textuality: Computer technology and literary theory* (pp. 31–41). Indiana University Press.
- Aarseth, E. (2003, 28 – 29 de agosto). Playing Research: Methodological approaches to game analysis [ponencia] Conferencia de Artes Digitales y Cultura de Melbourne. Universidad de Bergen. Bergen, Noruega.
<https://bit.ly/3DvG94w>
- Allouch, J. (2009). *El sexo del amo*. El Cuenco de Plata.
- Álvarez, F. (2019). «Si haces esto, eres otaku»: reflexiones sobre las identidades constituidas a partir de objetos de la cultura de masas japonesa. *Intersecciones en Comunicación*, 13 (1), 235–256. <http://bit.ly/3T42JH8>
- Azuma, H. (1999). *Yubinteki fuantachi*. Asahi Shinbusha.
- Azuma, I. (productor ejecutivo). (1992–1997). *Sailor Moon* [serie de television]. Toei Animation.
- Bailly, L. (2012). *Lacan: A Beginner's Guide*. Beginner's Guides.
- Beck, V. Boys, S. Rose, C. y Beck, E. (2012). Violence Against Women in Video Games: A Prequel or Sequel to Rape Myth Acceptance? *Journal of Interpersonal Violence*, 27(15), 3016–3031.
<https://doi.org/10.1177/0886260512441078>
- Bellah, R. N. (2003) *Imagining Japan: The Japanese Tradition and its Modern Interpretation*. University of California Press.
- Bing, Y. Lin, M. Nonaka, A. y Beom, K. (2006). Harmony, Hierarchy and Conservatism: A CrossCultural Comparison of Confucian Values in China, Korea, Japan, and Taiwan. *Communication Research Reports*. 22, 107–115.
<https://doi.org/10.1080/00036810500130539>
- Burgos, D. (2021). The Queer Glow up of Hero–Sword Legacies in She–Ra, Korra, and Sailor Moon. *Open Cultural Studies*, 5(1).
<https://doi.org/10.1515/culture-2020-0135>
- Butler, J. (2007). *El género en disputa*. Paidós.
- Caldwell, K. (2016). Fake the dawn: Digital game mechanics and the construction of gender in fictional worlds. [Tesis de Máster, Massachusetts Institute of Technology]. <http://bit.ly/3Nu6ODk>
- Cockerill, J. (2019). Pretty guardians of a queer time and place. *Voiceworks*, 116, 33–38.
<https://search.informit.org/doi/10.3316/informit.670997632795627>
- De Pablo Rodríguez, A. (2014). La tragedia de la rosa y la espada. Elementos simbólicos de masculinización en la mujer fálica del Shonen Manga. *Kokoro: Revista para la difusión de la cultura japonesa*, 14, 14–22.
<http://bit.ly/3U2EZ7B>
- Delamorclaz, C. (2018). LGBTI y feminismo en animación televisiva: una reinterpretación de Steven Universe y Sailor Moon. *Con A De Animación*, 8, 164–177.
<https://doi.org/10.4995/caa.2018.9655>
- Fernández, B. (2016) Análisis comparado de la representación femenina en la historieta y la construcción de arquetipos no sexistas. [Tesis Doctoral, Universidad de Oviedo]. <https://bit.ly/3h7Zrp9>

- Fernández, B. (2019). *Los secretos de las Magical Girl*. Héroes de Papel.
- Flores, A. y Velasco, P (coords). (2020). *Ideological Games. Videojuegos e ideología*. Héroes de Papel.
- Frasca, G. (1999). Ludology meets Narratology: Similitude and Differences between (Video) Games and Narrative. <http://bit.ly/3h7l9JZ>
- Grossman, R. (1980). Women's place in the integrated circuit. *Radical America*, 14 (1), 29-50. <https://bit.ly/3FGQZaC>
- Haraway, D. (1984). *Manifiesto Cyborg*. Kaótica libros.
- Hewlett, D. (2015). Anime and Identity: The Reception of Sailor Moon by Adolescent American Fans. *East Asian Studies Summer Fellows*, 1. <http://bit.ly/3h6MVWY>
- Ito, M. Okabe, D. y Tsuji, I. (2012). *Fandom Unbound. Otaku Culture in a Connected World*. Yale University Press.
- Jačević, M. (2017, 28 – 1 de noviembre). «This. Cannot. Continue.» – Ludoethical Tension in NieR: Automata [conferencia] The Philosophy of Computer Games Conference. Universidad de Jagiellonian. Kraków, Polonia <https://bit.ly/3WuSIpm>
- Joanette, Q. (2009). *The Heroine's reclamation of the girlish and the portrayal of girl-power in Sailor Moon*. [Tesis Doctoral, Lakehead University]. Library and Archives Canada. <https://bit.ly/3NK23G9>
- Juul, J. (2001). Games Telling Stories? A Brief Note on Games and Narratives. *Game Studies* 1 (1). <http://bit.ly/3ToW2FX>
- Kinder, M. (1991). *Playing with power in movies, television and video games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. University of California Press. <https://doi.org/10.1525/9780520912434>
- Klevjer, R. (2001). Computer Game Aesthetics and Media Studies. Documento presentado para la conferencia 15th Nordic Conference on Media and Communication Research de Reykjavik, Islandia. <https://bit.ly/3haw9pG>
- Lacan, J. (1966-1967, 16 de noviembre – 21 de junio). La logique du fantasme. [seminario]. Faculté de Droit, Universidad de París. París, Francia. <https://bit.ly/3Nsc7Dv>
- Lacan, J. (2001). *Seminario 1: Los Escritos Técnicos de Freud*. Paidós.
- Lacan, J. (2003). *Seminario 8: La transferencia*. Paidós.
- Lacan, J. (2013). *Escritos 1*. Biblioteca Nueva.
- Lacan, J. (1999). *Seminario 11: Los Cuatro Conceptos Fundamentales del Psicoanálisis*. Paidós.
- Lamarre, T. 2009. *The Anime Machine: A Media Theory of Animation*. University of Minnesota Press.
- Latour, B. (1984). *Les microbes, guerre et paix, suivi des irréductions*. Métailié.
- Latour, B. (2007). *Nunca fuimos modernos*. Siglo XXI Argentina.
- López, F. y García, J. (2011). Arquetipos iconográficos femeninos en el cómic y la animación japonesa para adolescentes masculinos. [Ponencia]. Universidad de Sevilla. <http://bit.ly/3zHZ4YL>
- MacKinnon, C. (1982). Feminism, Marxism, method, and the state: an agenda for theory. *Signs*, 7 (3), 515-544. <https://doi.org/10.1086/493898>
- Mineau-Murray, L. (2021). Agentivités des personnages féminins dans les jeux de rôle japonais: le cas de Tales of. [Tesis de Máster, Université de Montréal]. <https://bit.ly/3DTbY8U>
- Murray, Janet H. (1997). *Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cy-berspace*. The MIT Press.

- Nasio, J. (1998). *Hysteria from Freud to Lacan: The Splendid Child of Psychoanalysis*. The Other Press.
- Navarro-Remesal, V. (2015). ¿La vida empieza o acaba con el matrimonio?: Amor, diseño de ética y libertad dirigida en Catherine. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 9, 43-61.
<https://doi.org/10.6035/2174-0992.2015.9.4>
- North, D. C. (1981). *Structure and Change in Economic History*. Norton.
- Ōtsuka, E. (1992). *Kaso genjitsu hiho [Critique of virtual reality]*. Shin'yosha.
- Ōtsuka, E. (2010). Word and Variation: The Reproduction and Consumption of Narrative. En F. Lunning (ed.), *Mechademia 5 Fanthropologies* (pp. 99-117). University of Minnesota Press
- Ow, J. (2000). The revenge of the yellowfaced cyborg: The rape of digital geishas and the colonization of cyber-coolies in 3D Realms' Shadow Warrior. En B. Kolko, L. Nakamura & G. Rodman (eds.), *Race in cyberspace* (pp. 51-68). Routledge.
- Prough, J. (2011) *Straight from heart: gender, intimacy, and the cultural production of shōjo manga*. University of Hawai's Press.
- Shamoon, D. (2012). *Passionate friendship: the aesthetics of girl's culture in Japan*. University of Hawai's Press.
<https://doi.org/10.21313/hawaii/9780824835422.001.0001>
- Solberg, R. (2021). Playing posthumanism? NieR: Automata and the inescapable human. Documento presentado para la conferencia Literary and Aesthetic Posthumanism de Bergen. <https://bit.ly/3sSQH8W>
- Sugimoto, Y. (2010). *An Introduction to Japanese Society*. Cambridge University Press.
<https://doi.org/10.1017/CBO9780511781223>
- Takahashi, M. (2008). Opening the Closed World of Shōjo Manga. En M.W. MacWilliams (ed.), *Japanese Visual Culture Explorations in the World of Manga and Anime* (pp. 114-136). M.E. Sharpe.
- Tamaki, S. (2011). *Beautiful Fighting Girl*. University of Minnesota Press.
<https://doi.org/10.5749/minnesota/9780816654505.001.0001>
- Taro, Y. (2017). *NieR: Automata (Versión PlayStation 4)* [Videojuego]. Square Enix.
- Vaz, B. (2016). La convergencia ludo-narratológica en el diseño de videojuegos de rol: las mecánicas jugables de Dark Souls contra el diagrama de flujo de Mass Effect. *Comunicología Cubana*, 92, 1-28.
- Vossen, E. (2020). There and Back Again Tolkien, Gamers, and the Remediation of Exclusion through Fantasy Media. *Feminist Media Histories*. 6(1), 37-65. <https://doi.org/10.1525/fmh.2020.6.1.37>
- Zeigler, B. (2000). *Theory of Modeling and Simulation*. Academic Press.
- Žižek, S. (2003). El espectro de la ideología. En S. Žižek (comp.), *Ideología: un mapa en cuestión* (pp. 7-42). Fondo de cultura económica.

Semblanza del autor

Carlos Álvarez Barroso es estudiante del programa de Doctorado Interuniversitario en Comunicación. Actualmente se encuentra realizando una tesis sobre la representación de la enfermedad mental en espacios interactivos. A su vez, y dada una formación previa vinculada a los estudios de Asia Oriental, ha realizado diferentes publicaciones y charlas referentes a la cultura audiovisual japonesa.

Revisores

Personas a las que debemos su labor de revisión en este número

Gloria Gómez-Escalonilla
Universidad Rey Juan Carlos, España

David García-Marín
Universidad Rey Juan Carlos, España

Anna Cavalcanti
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Sonia Melchiorre
Università degli Studi della Tuscia, Italia

Christian Mor
Universitat Oberta de Catalunya, España

María Antònia Martí-Escayol
Universitat Autònoma de Barcelona, España

Alessandra Micalizzi
SAE Institute Milano, Italia

Antonella Capalbi
Università di Modena e Reggio Emilia, Italia

Maddalena Carbonari
Università di Roma, Italia

Juan Carlos Miguel de Bustos
Universidad del País Vasco, España

Noelia Rozanski
Universidad de Buenos Aires, Argentina

Paula Mastandrea
Universidad Pablo de Olavide, España

Mariona Visa Barbosa
Universitat de Lleida, España

Melissa Boehm
Montana State University Billings, Estados Unidos

Maxine De Wulf Helskens
Ghent University, Bélgica

Raquel Quevedo-Redondo
Universidad de Valladolid, España

Julio Moreno-Díaz
Universidad Rey Juan Carlos, España

Emma Torres-Romay
Universidad de Vigo, España

Gustavo Araya-Martinez
Universidad de Huelva, España

Gabriela Gómez Rodríguez
Universidad de Guadalajara, México

Federico Álvarez Gandolfi
Universidad de Buenos Aires, Argentina

Javier Bustos Díaz
ESIC Business & Marketing, España

Bianca Sánchez-Gutiérrez
Centro Universitario EUSA, España

Gloria Olivia Rodríguez Garay
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México

ÁMBITOS

REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN

