XV Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2023.

Notas para una revisión sistemática de la relación entre medios y diversidades.

Isabel Vasen.

Cita:

Isabel Vasen (2023). *Notas para una revisión sistemática de la relación entre medios y diversidades. XV Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: https://www.aacademica.org/000-025/862



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto*. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: https://www.aacademica.org*.

XV Jornadas de la carrera de Sociología, UBA – 6 al 10 de noviembre de 2023
Eje 6: Cultura, Significación, Comunicación, Identidades
Mesa 118: Consumo de medios y/o redes sociales digitales en la sociedad hipermediatizada
Ponencia 1571

Notas para una revisión sistemática de la relación entre medios y diversidades

Isabel Vasen (elle)[1]
isabelellx@gmail.com

Con un pie en la sociología y el otro en la comunicación, en el interaccionismo simbólico y en los estudios culturales, la presente ponencia pertenece a una investigación de campo más amplia que lleva adelante un estudio de audiencias titulado "audiencias trans: biografía, sociedad, interseccionalidad", dirigido por Dr. Ernesto Meccia y codirigido por la Dra. Carolina Spataro. En esta oportunidad, el objetivo es presentar una primera versión del estado del arte, específicamente una revisión sistemática de las investigaciones clásicas y recientes, en español y en inglés, sobre la relación entre medios y comunidad LGBTI+. Espero que los comentarios, las recomendaciones y las críticas de les colegas me permitan ampliar la literatura y me brinde nuevas claves para interrogarla.

El objetivo general de la investigación es analizar las prácticas de consumo mediático cotidianas llevadas adelante por personas jóvenes que están atravesando un proceso de transición de género y que residen en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), con el fin de dar cuenta del lugar de los consumos mediáticos en estos procesos de reconfiguración identitaria.[2] El método elegido para investigar las audiencias es el biográfico, en particular, aquellos estilos que priorizan el estudio de las experiencias vividas desde un enfoque interpretativo, microsociológico y narrativo (Denzin, 1989; Plummer, 2001; Arfuch, 2007; Meccia, 2020). A su vez, retomo los trabajos sociológicos y antropológicos realizados con población trans (Fernández, 2004; Meccia, 2007; Berkins y Fernández, 2013; Fernández *et al*. 2023). Me asiento también en los estudios trans (Stryker y McCarthy Blackston, 2022) caracterizados por producir una "inversión": les trans pasaron de ser objetos de estudio a sujetes epistémiques, alterando estructuras epistémicas injustas (Fricker, 2017). Sin embargo, las investigaciones que recuperan la voz nativa de les sujetes trans todavía escasean frente a la hipertrofia teórica de los estudios macro sobre el género. Frente a la pregunta

[1] Licenciade en Comunicación por la Universidad de Buenos Aires. Ayudante en Semiótica de los medios II (Rocha Alonso) e investigadore. Co-coordinadore del Grupo Temático "Comunicación, Género y DIversidades" de ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación). Especializade en el cruce género, sexualidad y clase en medios digitales.

[2] Cada vez que se lea persona trans o atravesando un proceso de transición de género se debe entender que el término comprende a transmasculinidades, transfeminidades, travestis, y personas no binarias.

spivakiana por la posibilidad de que les trans hablen, apuesto por escucharles. Lógico, al fin y al cabo, soy una persona trans que estudia a otras personas trans.

El propósito es contribuir a mejorar las condiciones simbólicas de vida de la población trans. Es bien sabido que nuestra expectativa de vida es de 35 años. Los primeros trabajos sociológicos se enfocaron en la exclusión que sufrimos en los ámbitos educativos, laborales y sanitarios, en su debido momento llegaron las investigaciones culturales. Dentro de estas el foco estuvo puesto en dos aspectos: (A) la exclusión de las personas trans de los medios de comunicación y (B) la representación –dicho mal y pronto– "negativa" de lo trans. Quiero ir más allá de estos trabajos, pensar en las formas de supervivencia que tienen las personas trans en tanto miembres de una comunidad interpretativa. Abordar la vida trans como una sobrevida, implica invertir la pregunta, pasar de qué hacen los medios con las personas trans a indagar en qué hacen las personas trans con los medios: cómo los leen, cómo socializan, qué contenidos producen con ellos. Al decir de bell hooks "Les oprimides resisten al identificarse como sujetes, al definir su realidad, moldear su nueva identidad, nombrar su historia, contar su historia" (hooks 1989 en Plummer 1995; traducción propia).

Hasta aquí la presentación, debido a la extensión no expondré ni los objetivos específicos, ni la metodología ni el marco teórico. A continuación, plantearé una primera clasificación del estado del arte y las preguntas con las que interrogaré los textos. Luego esbozaré los primeros pasos del análisis. El trabajo, dado que está en proceso, carece de conclusiones por lo que me limitaré a resumir en breves palabras los aspectos positivos y los límites de cada enfoque reseñado.

Tres enfoques: discursivo, literario, audiencias

Con un criterio metodológico, las investigaciones sobre medios y comunidades LGBTI+ pueden ser clasificadas en tres grupos:

(I) Estructuras discursivas y representación (de Lauretis, 1984; Russo, 1987; Dyer, 1990; Phillip, 2006; Melo, 2008; Olivera, 2016; Griffin, 2016; Marentes, 2017; Martínez, 2020; Martinelli, 2022; Abbott, 2022; Santoro y Garibaldi, 2022);

(II) Lecturas disidentes [*queer spectatorship*] (Doty, 1993; 1995; Muñoz, 1999; 2020; Staiger, 2000; Halberstam, 2005; 2011; Mira, 2008; Meccia, 2019); y

(III) Estudios feministas de audiencias – en el mundo anglófono (Hobson, 1982; Ang, 1985; Radway, 1991; Press, 1991; Morley, 1992; Penley, 1992; Van Zoonen, 1994; McRobbie, 1998; Abu-Lughod, 2005; Fiske, 2005; Harvey, 2015; Cavalcante, Press y Sender, 2017) y en el latinoamericano (Alfaro, 1988; Muñoz, 1992; 1993; Laudano, 1999; Piccini, 2000; Mazziotti, 2006; Spataro, 2012; Justo y Spataro, 2015; Viola, 2017; Justo, Spataro y Rovetto, 2018; Fleitti y Spataro, 2018; Masci, 2019; Silvera Basallo, 2020; Borda y Álvarez Gandolfi, 2021; Vasen, 2023), aunque cabe destacar que los trabajos sobre audiencias LGBTI+ no abundan y por el momento solo encontré en Estados Unidos (Lipton, 2008; Gray, 2009; Cavalcante, 2018). [3]

En cada caso me pregunto: ¿Qué objetivos se han propuesto? ¿Cómo están compuestos sus contextos conceptuales? ¿Cuáles son los principales métodos utilizados y qué resultados han dado? ¿Cómo han cambiado con el paso del tiempo? ¿Qué marcos teóricos están en boga y cuáles han sido abandonados? ¿Cómo ha conceptualizado cada corriente la instancia de consumo? ¿Qué desacuerdos y debates hay entre las líneas de investigación y al interior de ellas? ¿Cuáles son los resultados que comparten a pesar de sus diferencias terminológicas? ¿Cómo afrontaron el desafío de los medios digitales, la era de la hipermediatización y el prosumo? ¿Cómo han incorporado el giro afectivo? ¿Qué permanece vacante?

(I) El análisis del discurso

Son trabajos semióticos sobre los regímenes de visibilidad que regulan la representación de las personas LGBTI+. Suelen estudiar, o bien la representación de las disidencias en géneros cinematográficos/televisivos en un periodo histórico pasado, o bien las representaciones emergentes de personajes LGBTI+ en la cultura mediática contemporánea. En ambos casos, la noción de "estereotipo" ordena el análisis, ya que permite dar cuenta de los procesos por los cuales es típicamente representada una disidencia y de las instancias de ruptura de este. En gran parte de estas investigaciones opera un debate clásico sobre la tensión entre la adquisición de visibilidad por parte de las disidencias y su representación estereotipada: por un lado, el estereotipo esencializa y simplifica, por el otro lado, permite visibilidad inmediata e incluso, a veces, son

[3] En realidad, los trabajos de Meccia (2019) y Mira (2008) son difíciles de clasificar porque retoman encuadres conceptuales más sociológicos y preguntas típicas de los estudios de audiencias.

aceptados y celebrados por la comunidad representada. Debido a que estos trabajos han analizado exclusivamente los discursos mediáticos, se los ha criticado por "media centrismo": al no considerar la instancia de recepción, habrían engrosado los efectos de los medios y terminarían cayendo en una concepción pasiva de la audiencia (Elizalde, 2009). Aun así, las recupero porque permiten dar cuenta de las estructuras discursivas que rigen las "ofertas de subjetivación" (Meccia, 2020) disponibles en la cultura mediática contemporánea. Una cultura que ha incorporado los discursos feministas en coexistencia con los tradicionales (Gill, 2017) y, en este sentido, hipotetizo que se ha dado lugar a una hipervisibilización de las disidencias sexo-genéricas y a una proliferación de categorías y saberes sobre los géneros y la sexualidad. Resulta relevante, por lo tanto, indagar en qué hacen les sujetes atravesando procesos de transición de género con esta nueva oferta mediática.

(II) El análisis literario

Desde la teoría *queer* se produce una ruptura con los estudios gays sobre el cine. Si antes se hacía hincapié en las representaciones de personajes disidentes y sus efectos positivos/negativos en las audiencias, les investigadores invirtieron la cuestión al sostener que la cultura mediática está atravesada por lo disidente: todo texto tiene sentidos disidentes potenciales que une espectadore puede activar si lo lee de forma oposicional. Recuperaron, así, el proyecto analítico de *Screen* (Mulvey, 1975; Diawara, 1988; 1990; hooks, 2015), al señalar que todo texto crea ciertas "posiciones de lectura" en las que las audiencias se ubican –ya sea de forma ortodoxa o ejerciendo una mirada insumisa que revela a cada instante un subtexto que pasa desapercibido para la mayoría de les espectadores–. Con esto en mente, elaboraron una teoría de la "lectura queer" como "desidentificación": les sujetes queer invisten lo que consumen en los medios con una nueva vida, de manera tal que lo consumido termina por dar cuenta de su comunidad. En una táctica de supervivencia, las disidencias leerían –*à la* Walter Benjamin– la pantalla "a contrapelo" para encontrarse a sí mismes en la cultura y proyectar nuevos mundos posibles, utopías.

Estos enfoques sobre la recepción recibieron múltiples críticas desde diversas disciplinas (Sarlo, 1992; 2001; Fernández, 2004; Justo y Spataro, 2015). Se les objetó que a partir de los binarismos norma/subversión y opresión/resistencia construyeron une "sujete queer ideal" que subvierte toda norma y vehiculiza promesas emancipatorias,

ignorando los condicionamientos sociales de las prácticas. Es decir, no todes les trans leen la pantalla como lo haría Walter Benjamin. El problema sería que al abordar las audiencias a partir del texto solo infieren posibles posiciones de lectura. Proponemos ir más allá de los textos para abordar las lecturas que efectivamente hacen les sujetes trans comunes y corrientes en su vida cotidiana. Esto supone desafiar los binarismos y detenerse en la "ambigüedad" de la experiencia (Lugones, 2021), a pesar de que ello ponga en peligro nuestras preconcepciones sobre lo que hacen las personas trans con los medios o una macro-teoría del género. Aun así, reivindico de esta corriente haber planteado el problema de las lecturas LGBTI+. Es más la idea de la investigación surgió tras leer el *tándem* Muñoz-Halberstam.

(III) Los estudios de audiencias

El consumo ha sido abordado desde claves socio-etno por los estudios de audiencias bajo el paraguas de los estudios culturales feministas, tanto en el mundo anglófono como en Latinoamérica. Estas investigaciones también adhieren a una conceptualización activa de la recepción, pero la insertan en procesos sociales al señalar las dimensiones interseccionales del consumo –relacionándolo con el género, la clase, la edad, entre otras categorías– (Hall, 1996). Al principio, bajo la influencia de Pierre Bourdieu (1979) y Michel de Certeau (1996), la clase fue la categoría privilegiada y se aproximaron a las tensiones entre dominación y resistencia en las prácticas de consumo cotidianas conceptualizándolas como luchas entre lo impuesto y sus usos (*c.f.* Martín-Barbero, 1987). Con el paso del tiempo se dio lugar a claves más culturales (Skeggs, 2019) y/o comunitarias (Fish, 1982) para pensar el consumo. En esta investigación, la relación entre clase, poder y prácticas de consumo permanece como una pregunta abierta a ser respondida por el campo.

En el plano teórico, han elaborado una teoría de los consumos culturales (*c.f.* García Canclini, 1999). Además de la dimensión de género y de clase, desde el interaccionismo simbólico se resaltó que el consumo tiene una dimensión cognitiva: permite enmarcar la experiencia, "sirve para pensar" sobre el mundo y concebirse a une misme. A su vez, desde el giro afectivo se ha empezado a indagar la dimensión corporal. En este sentido los trabajos de Cavalcante (2018) y de Griffin (2016) se destacan. Plantean que los enfoques sobre las audiencias han tenido un sesgo cognitivo (algunos ejemplos de esto son las distinciones: preferente/negociada/oposicional [Hall, 1996],

pro/para/contradestinatarie [Verón, 1987], proponente/terceros/oponente [Plantin, 1996]). De esta manera, abren la puerta para futuras investigaciones; o, tal como plantea Pablo Alabarces (2021), para una recuperación de los trabajos de palo alto y las semióticas dedicadas a la pasión.

En el plano metodológico, los estudios de audiencias se aproximan etnográficamente a grupos unidos por un mismo consumo mediático y, a partir de la inmersión en el campo, reconstruir los sentidos que efectivamente asignan a lo que consumen y el punto de vista nativo. Por ejemplo, Radway (1991) en un trabajo fundacional exploró los usos y apropiaciones que lectoras mujeres hacían de novelas rosas para escapar del mundo de las obligaciones domésticas y, así, recupera los placeres que emergen en la interacción audiencia-texto, incluso cuando dicha relación es problemática ¿Cómo puede obtener placer una persona trans al consumir un producto mediático cargado de estereotipos transfóbicos? A su vez, han estudiado las formas de sociabilidad que los consumos habilitan y, en consecuencia, la conformación de comunidades interpretativas en torno a productos mediáticos. A la inversa, también han señalado cómo la pertenencia a una comunidad puede depender de la adscripción a un consumo mediático. En una dirección u otra, se ponen en escena la dimensión comunitaria de las prácticas de consumo y, por extensión, las tensiones entre gusto individual y gusto comunitario: ¿qué gustos cultiva (y abandona) une sujete en proceso de transición de género al integrarse en la comunidad interpretativa trans? ¿cómo construyen una imagen de sí –en el mundo online y el offline– a partir de consumos mediáticos asociados a lo trans? ¿cómo varían esa imagen y lo que muestran según quienes tienen en frente? ¿qué consumos son estigmatizados y cómo se maneja dicho estigma? (Goffman, 2009)

Estos trabajos fueron criticados por dos motivos (Morley, 1993; Ang y Hermes, 1996; Elizalde, 2009). En primer lugar, se les imputa “subjetivismo”: al enfocarse en las audiencias en ocasiones perdieron de vista el poder de los medios y las estructuras económicas que condicionan la producción mediática. En consecuencia, caerían en posturas “celebratorias” al sobredimensionar los usos y los desvíos sobre las instituciones y las instrucciones.

Consciente de sus limitaciones, me inscribo en esta última corriente: realizaré un estudio de audiencias trans. Ahora bien, no hay una única forma de ser trans. No hay *a priori* una forma trans de consumir los medios, toda operación de lectura está situada interseccionalmente. Las operaciones de lectura son el resultado de la articulación entre

experiencias biográficas (nivel micro), enclaves comunitarios (meso) y procesos socio-culturales (macro).

Agradecimiento

A Ernesto Meccia y Carolina Spataro, por confiar en el proyecto y acompañarme en su elaboración.

Referencias enviaré un mail con las referencias completas

Abbot, T. (2022). *The History of Trans Representation in American Television and Film Genres*, Palgrave.

Ang, I. (1985). *Watching Dallas*, Methuen.

Arfuch, L. (2007). *El espacio biográfico*, FCE.

Berkins L. y Fernández J. (2013). *La gesta del nombre propio*, Madres de Plaza de Mayo.

Bourdieu, P. (1979). *La distinción*, Madrid, Taurus.

Cavalcante, A. (2018). *Struggling for Ordinary*, NYU Press.

Denzin, N. (1989). Interpretetive Biography, SAGE.

Doty, A. (1993). Making Things Perfectly Queer, University of Minnesota Press.

Dyer, R. (1990). Now You See It: Studies on Lesbian and Gay Film, Londres, Routledge.

Elizalde, S. (2009). "Comunicación" en Elizalde, Felitti y Queirolo (coords.), Género y sexualidades en las tramas del saber, del Zorzal.

Feder, S. (director) (2020). *Disclosure: Trans Lives on Screen* [película]. Netflix.

Fernández, J. (2004). Cuerpos desobedientes, Edhasa.

Forastelli F. y Olivera G. (2016). (coord.) deSignis 19. Estudios Queer, La Crujía.

Fricker, M. (2017). Injusticia epistémica, Herder.

García Canclini, N. (1999). "El consumo cultural: una propuesta teórica" en Sunkel (coord.) El consumo cultural en América Latina, Convenio Andrés Bello.

Gill, R. (2017). "The Affective, Cultural and Psychic Life of Postfeminism", European Journal of Cultural Studies, 20(6). https://doi.org/10.1177/1367549417733003.

Gray, M. (2009). Out in the Country, NYU Press.

Griffin, H. (2016). Feeling Normal, Indiana University Press.

Halberstam, J. (2011). The Queer Art of Failure, Duke University.

Hall, S. (1996). "Who needs identity?" en Questions of cultural identity, Sage.

Haraway, D. (1995). Ciencia, cyborgs y mujeres, Cátedra.

Harvey, A. (2015). Gender, Age, and Digital Games in the Domestic Context, Routledge.

hooks bell. (2020). Teoría feminista. De los márgenes al centro, Traficantes de sueños.

Justo von Lurzer, C. y Spataro, C. (2015). Tontas y víctimas. Paradojas de ciertas posiciones analíticas sobre la cultura de masas, La Trama de la Comunicación, 19.

Lipton, M. (2008). "Queer Readings of Popular Culture" en Driver, Queer Youth Cultures, NYU Press.

Lugones, M. (2021). Peregrinajes, del Signo.

Martín-Barbero, J. (1987). De los medios a las mediaciones, Gustavo Gili.

Meccia, E. (2019). "La invención de la diva" en Peralta (ed.) Antes del orgullo, Egales.

Meccia, E. (2020). (coord.) Biografía y sociedad, Buenos Aires, EUDEBA y UNL.

Meccia, E. (2022). Los últimos homosexuales, EUDEBA y UNL.

Melo, A. (2008). Otras historias de amor, Lea.

Mira, A. (2008). Miradas insumisas. Gays y lesbianas en el cine, Egales.

Morley, D. (1992). Television, Audiences and Cultural Studies, Routledge.

Muñoz, J. E. (1999). Disidentifications, University of Minnesota.

Plummer, K. (1995). Telling Sexual Stories, Londres, Routledge.

Plummer, K. (2001). Documents of life 2, SAGE.

Radway, J. (1991). Reading the Romance, University of North Carolina Press.

Spataro, C. (2012). ¿'A dónde había estado yo'?". Tesis Dr. Ciencias Sociales, UBA.

Stryker S. y McCarthy Blackston D. (2022). The Transgender Studies Reader Remix, Routledge.

Vasen, I. (2023). "Performatividad de género, heteronormatividad y clase en aplicaciones de citas". Tesis Lic. Ciencias de la Comunicación, FSOC, UBA.

Viola, L. (2017). Migré, Sudamericana.

Viveros Vigoya, M. (2016). La interseccionalidad: una aproximación situada a la dominación, Debate Feminista, 52. https://doi.org/10.1016/j.df.2016.09.005.