

TRANSGRESIÓN Y DISCIPLINAMIENTO EN “EL ESTELAR DEL PUEBLO”

Carmen Gloria GODOY RAMOS

Universidad Academia de Humanismo Cristiano (Chile)

cggodoy82@hotmail.com

TRANSGRESION AND DISCIPLINE IN “THE PRIMETIME SHOW OF THE COMMON PEOPLE”

Resumen: La modernización neoliberal que se consolida en Chile durante la postdictadura se caracteriza por las tensiones y contradicciones que recorren la articulación entre la lógica del mercado y el autoritarismo simbólico (definido por el conservadurismo moral), de tal forma que mientras el sexo-mercancía se encuentra en lo público y se ‘tolera’ la diversidad sexual y la igualdad de género, las demandas por la autonomía sobre los cuerpos y las demandas de ciudadanía de las mujeres no pueden plantearse en ese mismo espacio, ni ser respondidas por el Estado bajo la excusa de tratarse de un tema propio del ámbito privado. Interesa abordar este despliegue del discurso conservador bajo una puesta en escena aparentemente liberal, en las primeras temporadas de *Morandé con Compañía*, programa de televisión con altos índices de audiencia, estrenado en el año 2001 por una red privada de televisión abierta y que se promociona como “el estelar del pueblo”.

Abstract: The neoliberal modernization that consolidates in Chile during the post-dictatorship is characterized by tensions and contradictions, that traverse the link between market logic and symbolic authoritarianism (defined by moral conservatism). So while the sex as commodity is in the public eye, and sexual diversity and gender equality are ‘tolerated’, the demands for autonomy over the body and the demands for women’s citizenship can not be arise in the same space, or be answered by the State, under the guise of this being a subject proper of the private scope. Is interesting to address the deployment of a conservative discourse in a staging apparently liberal, in the early seasons of *Morandé con Compañía*, a television show with high ratings, released in 2001 by a private television network and wich slogan is “The primetime show of the common people.”

Palabras clave: Género. Sexualidad. Medios de Comunicación. Modernización. Neoliberalismo
Gender. Sexuality. Media. Modernization. Neoliberalism

Introducción¹

A partir de 1990, cuerpo y sexo, género y biología, se convierten en importantes temas de discusión en Chile en el marco de la redefinición de los límites de lo privado y lo público. En esta década se configura además un escenario marcado por valores e identidades inscritos en la lógica del libre mercado, la globalización económica, junto con una creciente mediatización de la cultura, la despolitización y la modernización (Larraín, 2001: 164. Citado en Godoy 2009).

En dicho contexto, los sectores conservadores de la sociedad inauguran la defensa de la ‘moral de la patria’, la lucha por la autoridad del habla y el poder sobre las clasificaciones culturales. Territorio, lenguaje y cultura. La alianza entre la jerarquía eclesiástica católica y los sectores conservadores (empresariales y políticos) articula un discurso crítico sobre las transformaciones en las conductas y opciones individuales, centrado especialmente en las ‘amenazas’ a la familia tradicional y en la sexualidad. La primera de una serie de acciones orientadas a resguardar los valores de un sector minoritario de la sociedad chilena, que se considera guardián y depositario de la esencia de la nación supuestamente amenazada por el avance de las fuerzas de izquierda en el pasado reciente. Una nación fundada en la fe católica y la propiedad de la tierra, -el orden ‘natural’ anterior al propio Estado. Como señala José Bengoa:

“[...] el imaginario de la ‘pax hacendal’ sigue estando presente. [...] Nadie quisiera estar entre los plebeyos, sin nombre y sin apellido en este Valle Central. La clase apellidada se cierra y se abre. Se reproduce en la política, en la educación y los negocios. Sus integrantes creen que son indispensables, los dueños del país, los llamados a decidir el destino de la Nación” (2006: 88).

La ‘necesidad’ de establecer consensos como una manera de asegurar la estabilidad política y social desvía el conflicto hacia la sexualidad, convirtiéndola en un peligro permanente, que viene a reemplazar en cierto modo a la amenaza ‘marxista’ sobre el cuerpo nacional. De esta forma el “aborto, la homosexualidad y el divorcio emergen como sintomatologías del malestar de un cierto orden civilizatorio, como estrategias de colonialidad de los cuerpos y de las operaciones vigentes de lo masculino/femenino” (Oyarzún, 2002: 2010) Desde la visión conservadora, la ‘izquierda’ (una categoría bastante imprecisa) seguirá intentando trasladar responsabilidades que le corresponden a la familia hacia el Estado –como la educación sexual de los hijos–, y debilitar así la ‘célula básica de la sociedad’.

¿Pero cómo se articula una moral conservadora y libre mercado? Rossana Reguillo plantea como hipótesis que uno de los rasgos más importantes del proyecto neoliberal en América Latina es que se “instauró en el proceso de una secularización inconclusa” que mantiene la vigencia e influencia de instituciones históricas que han operado tradicionalmente como espacios de saber-poder, esto es, el Estado, la iglesia (católica, en el caso chileno) y las elites políticas e intelectuales (Reguillo, 2007: 92). De esta forma, la ideología neoliberal se articula con una moral autoritaria.

El Chile neoliberal emerge como un nuevo híbrido entre liberalismo formal (lógica del mercado) y autoritarismo simbólico (lógica autoritaria), el que se manifiesta principalmente

¹ Este trabajo se basa en un capítulo de la tesis para optar al grado de Doctora en Estudios Latinoamericanos: “Género, sexualidad/des y nación en el Chile postdictatorial, 1990-2008. Cultura y ciudadanía”. Universidad de Chile, 2012. Fue presentado como ponencia en la X Reunión de Antropología del Mercosur (RAM, Córdoba, 10-13 de julio 2013), GT-43 “Prácticas de management corporal y procesos de subjetivación en la cultura contemporánea”.

en la esfera de las comunicaciones mediáticas (Oyarzún, 2002: 117-118). Esta situación forma parte del declive del interés por la actividad política –tradicional– y la escasa identificación con los partidos políticos que se consigna a fines de la década de los noventa, y se produce paralelamente al protagonismo de los medios de comunicación como “administradores del espacio público” (Tironi, 1999). Carlos Ossa plantea que la transición consistió en un proceso de ‘modernización’ neoliberal, cuyo objetivo es “reubicar el papel del capital en la vida cotidiana: convertirlo en su lenguaje y en su dispositivo de realismo, diagramación y sentido” (2001: 198). De esta forma, se produce la mercantilización de lo público, sin que esto implique la desaparición de la política sino un cambio en sus contenidos –antes definidos por “ideologías globales”–, su resignificación en lo medial (Ossa, 2001). La televisión, fundamentalmente, contribuirá a la modernización neoliberal operando como una forma de disciplinamiento que “apunta a capturar la subjetividad cotidiana para que ésta tenga como único propósito político su inclusión social en el mercado” (Becerra 2008). No obstante, debemos tener en cuenta que “la captura de la subjetividad” no supone necesariamente una actitud pasiva ante los contenidos que se ofrecen al telespectador/consumidor de televisión. El acto de ver televisión es también una experiencia que puede transformar el mensaje televisivo, de acuerdo a la realidad cotidiana del telespectador, como recuerda Lila Abu-Lughod (2006).

Con todo, nuestro trabajo se enfoca en la relación entre neoconservadurismo y neoliberalismo, en lo que refiere a la producción de representaciones de género y sexualidad, y particularmente en el despliegue de la ‘contradicción’ entre el discurso conservador y una puesta en escena aparentemente liberal en un programa de televisión con altos índices de audiencia. Se trata de *Morandé con Compañía*, transmitido por Mega, canal de televisión abierta que inició sus transmisiones en 1990 con una línea editorial conservadora, en estrecha cercanía con el catolicismo de raigambre preconiliar². Orientación que sin embargo, ha sufrido algunas modificaciones³.

El “estelar del pueblo”⁴

Morandé con Compañía se estrenó en el año 2001 en horario de trasnoche, lo que permitía un espectáculo que combinaba el humor –de rasgos sexistas, racistas y homofóbicos– con la abundante presencia de cuerpos femeninos, ya sea de modelos o bailarinas. Con esto queremos decir que el cuerpo llega a adquirir un papel protagónico, más allá del rol que

2 Junto con el canal de la Universidad Católica (UC Televisión), rechazó transmitir las campañas de prevención del VIH de los gobiernos de la Concertación de Partidos por la Democracia. Al mismo tiempo que le daba un espacio a la campaña contra la Ley de Divorcio impulsada por la Vicaría Pastoral de la Familia en el año 2003.

3 Megavisión, es el nombre original de la primera red de televisión privada de Chile, afiliada hasta 1999 al poderoso grupo Televisa de México. Los canales de televisión privada abierta son producto de “la reforma de la legislación vigente que, hasta entonces concebía la televisión como una dimensión de la actividad académica y cultural (televisión universitaria) y del Estado (a través de Televisión Nacional, TVN). [Mega se convierte en] el proyecto comunicacional del grupo económico Claro, del empresario Ricardo Claro [propietario de también de Elecmetal, Cristalerías Chile, Viña Santa Rita, Envases CMF, Diario Financiero y la revista Capital]”. (Lagos, 2011:466 nota al pie 16) Hoy el canal es propiedad del grupo Bethia, o que se ha traducido en una apertura editorial, una modificación de la parrilla programática, así como del perfil de la audiencia a la que orienta sus contenidos

4 En la década de los noventa aparecen una serie de programas de corte humorístico, como *El Desjueves* y posteriormente *Vamos Chile*, también emitidos por un canal de televisión privada –La Red. Ambos combinan la presencia de bailarinas con humor y son transmitidos en horario nocturno. No los analizamos porque no tienen mayor continuidad en el tiempo, y porque no expresan la tensión entre liberalismo y conservadurismo que encontramos en *Morandé con Compañía*. Aunque en el caso de *El Desjueves*, este supuso una ruptura con el estilo de televisión que se realizaba hasta entonces, combinando política, humor y baile, bajo una cierta promesa de apertura y una mirada más crítica.

desempeñan las modelos que participan del programa como acompañantes del animador. El éxito y la convocatoria del programa llegó a ser tal que fue visitado por personajes provenientes del ámbito deportivo, artístico e incluso político que participaban de un segmento humorístico denominado “La escuelita”⁵, una parodia de programas infantiles de la década anterior. La apuesta del programa era representar el “gusto popular”, siguiendo la línea editorial del canal, que en un comienzo no se orientaba hacia las capas populares pero que paulatinamente llega a encontrar su “nicho” en ese sector. Aunque la audiencia del programa, supuestamente era transversal a los distintos sectores socioeconómicos, lo que se demostraría en los resultados arrojados por las mediciones del rating⁶.

El nombre del programa corresponde al apellido de su animador, Francisco Javier –*Kike*– Morandé, proveniente de una familia de clase alta que habla y actúa en correspondencia a su origen, maneja un automóvil de lujo, tiene caballos de carreras y es dueño de la productora que realiza el programa. Todos aspectos que se convierten en atributos distintivos del *Kike*. El apellido también hace referencia a la intersección de dos importantes y tradicionales calles en el centro de Santiago, más específicamente en el casco antiguo de la ciudad. Y por último, remite al espectáculo revisteril, la ‘compañía de revistas’.

Morandé con Compañía se promociona como “el estelar del pueblo”. Una forma de distinguirse de espacios más formales y con pretensiones de sofisticación, que tuvieron bastante éxito en la década de los noventa. En uno de ellos el animador se hizo conocido por su estilo espontáneo e informal, pero fundamentalmente porque tuvo una relación extramarital con una conocida ex reina de belleza y figura omnipresente en los medios televisivos por su vida personal. Este dato que podríamos considerar irrelevante delimita, sin embargo, el lugar de *Kike* dentro del programa y de la farándula televisiva. En una entrevista confesará su arrepentimiento y el error de haber mantenido esa relación y exponer su matrimonio. El compromiso renovado con su mujer se manifiesta en el hecho que ella forma parte de la productora del programa –propiedad del conductor– y muchas veces se encuentra presente durante su emisión, así como alguno de sus hijos. El rol de *Kike* se remite a supervisar la actuación de humoristas, modelos que hacen el papel de coanimadoras y hacen menciones publicitarias, modelos que participan del show, actrices y bailarinas. La extralimitación en el lenguaje o el contacto corporal más allá de lo permitido recibe un rápido correctivo. En su rol de ‘hombre de familia’, ríe a carcajadas con los dichos y acciones de sus acompañantes, y aunque en alguna ocasión participe de esta ‘comedia de situaciones’, tiende a mantenerse al margen de lo que se ‘pone en escena’. Podríamos decir de toda posible obscenidad, y en ese sentido actúa como un censor.

Por otra parte, sus intervenciones lo hacen aparecer también como el jefe, el patrón, incorporando entre los libretos comentarios sobre las relaciones afectivas, los contratos y los pagos de los actores. Ese ‘estar al mando’ es reconocido por los participantes y el público que obedecen sus llamados al orden. Hay una distancia social entre él y los participantes del espectáculo, muchas veces el mismo público, sin embargo, la distancia social y simbólica se reduce en la medida que *Kike* se ‘arrota’⁷, es decir, se identifica con el gusto popular. No lo hace ‘actuando’ como un sujeto popular –como lo concibe el programa– sino compartiendo el espacio donde se despliega esta representación de lo popular, más aun, estableciendo sus reglas de funcionamiento. Y efectivamente, el público que participa suele ser de extracción

5 La visita en julio del 2003 del entonces Ministro de Educación, Sergio Bitar junto con miembros de partidos políticos de oposición y gobierno llegó a marcar 53 puntos de rating. (*El Diario Austral de Valdivia*, 2003)

6 Según datos del Consejo Nacional de Televisión para octubre del año 2008, el programa que está clasificado como Misceláneo, fue el segundo más visto del mes, con 24,5 puntos de rating. En la audiencia masculina donde los misceláneos tienen menor presencia, alcanzó el primer lugar con 10,1 puntos, y el cuarto lugar en mujeres con 10,2 puntos. Mientras que para la misma fecha, en niños/as de 4 a 12 años, alcanzó el segundo lugar con 8,7 puntos. Lo cual llama la atención tratándose de un programa dirigido al público adulto (CNTV, 2009).

7 Utilizamos la expresión ‘arrota’ en referencia al “roto chileno”, personaje de la cultura popular en Chile.

popular y muchas veces de avanzada edad. Hay mujeres y hombres, en ocasiones solo hombres. Son personas que generalmente no tienen un espacio en la televisión (fuera de los noticiarios donde aparecen como protagonistas de hechos delictuales) y que representan lo que se podría denominar como ‘masa anónima’, de acuerdo a los mismos parámetros televisivos. Masa que en este caso rodea el escenario, y es invitada a participar activamente del espectáculo. En sus temporadas más exitosas fueron invitados regimientos completos o empleados de alguna empresa, los que celebraban efusivamente la aparición de mujeres que se quitaban la ropa, o se movían de exponiendo alguna parte de su cuerpo –preferentemente sus nalgas y pechos–, muy cerca del público. De esta forma, llega a convertirse en un programa de entretenimiento para la ‘gente común’ –sin distinciones–, que no pretende más que relajarse después de un agotador día de trabajo, sobre todo a través de sus rutinas humorísticas. En apariencia es además, un programa completamente democrático. El estelar del pueblo.

Pero ¿es democrático porque es popular?, ¿de qué forma se resignifica el concepto de pueblo en un espacio televisivo de estas características? “¿Qué es el pueblo para el gerente de un canal de televisión, o un investigador de mercado?”, como dice García Canclini. En Chile, especialmente durante la dictadura la palabra refería a todo aquello que debía ser erradicado, y luego sería reemplazado por el término ‘gente’, neutral en su dimensión política; más próximo al mercado y a una nueva forma de relación con el Estado, pero no vinculante en tanto no hay un proyecto superior al cual refieran individuos, personas o consumidores (Bengoa, 2006: 135-136).

Debiéramos entender que el ‘estelar del pueblo’ es el estelar ‘popular’. El sustantivo Pueblo se adjetiviza para convertirse en *popular*, como señala el mismo autor, se produce una

“[...] operación neutralizante, útil para controlar la ‘susceptibilidad política’ del pueblo. Mientras este puede ser el lugar del tumulto y el peligro, la popularidad –adhesión a un orden, coincidencia en un sistema de valores– es medida y regulada por los sondeos de opinión [...] Lo popular no consiste en lo que el pueblo es o tiene, sino lo que le resulta accesible, le gusta, merece su adhesión o usa con frecuencia” (García Canclini 1990: 242).

Entonces, lo que el programa pone en escena es ‘lo popular’ pero como el despliegue de la mirada masculina de una clase, sobre el sexo, el humor y el orden. Borrachos, travestidos, homosexuales y todo aquel que por sus características físicas (fealdad, tamaño, dificultades para expresarse, etc.) se encuentre en el límite de la normalidad que impone el programa, es sometido a la normalización que le otorga el ser objeto de burla, incluidos adultos mayores, cuyos personajes son supuestamente eliminados físicamente al final del sketch humorístico. Estos sujetos alternan con las modelos que participan del show, generalmente mujeres voluptuosas que deben a la primera oportunidad, y con un gesto mínimo deshacerse de un brevísimo vestuario. Todo esto sucede de manera muy ‘natural’, y es complementado –o lo fue en algún momento porque los contenidos del programa varían– con secciones de seguridad ciudadana⁸ y ‘vida animal’ (se incluía la presencia de un médico veterinario que llegó a reemplazar al conductor del programa durante una temporada), más presentaciones de

8 Se trata de información sobre cómo prevenir asaltos, con la ‘asesoría’ de un ex funcionario de la Policía de Investigaciones. No obstante, en una ocasión se llegó a representar la violación de una adolescente de 14 años ocurrida en días anteriores. La madre de la afectada llamó al programa exigiendo una disculpa, el animador se defendió diciendo que tal vez la “recreación fue demasiado cerca del caso”, mientras José Miguel Vallejos –el ex funcionario– señaló que la recreación “no fue tan fuerte”. Ver: “El gran patinazo del Inspector Vallejos en Morandé con Compañía” (LUN, 2009:29) y “Cercana a familia de niña violada: La recreación del abuso fue descabellada” (Cooperativa, 2009)

grupos de la tendencia musical de moda y un elenco de baile conformado solo por mujeres.

El orden, el sexo y la excepción

El programa en general se desarrolla como si no hubiese un orden, bajo una aparente espontaneidad, que más bien obedece al estado de ánimo del conductor. Y en el contexto de la línea editorial del canal (que incluye programas de corte periodístico con énfasis en la ‘seguridad ciudadana’, espacios de ‘servicio’ a la comunidad, etc.) el programa en su totalidad aparece en una primera lectura, como una excepción o una anormalidad. La mayoría de los personajes del programa son lo que Foucault llamaría anormales, las mismas modelos que participan del show lo son al tratarse de cuerpos hipersexualizados, inaceptables (hasta cierto punto) fuera de esa instancia.

Dentro de esta excepción o anormalidad, nos llama la atención el protagonismo que llegó a adquirir el personaje que representa a un ‘entrenador personal’, Tony Esbelt. Vestido en tonos rosa o colores fluorescentes, usando ropas ceñidas al cuerpo, Tony Esbelt se ubicaría en un lugar cercano al de la ‘loca’, que para algunos resulta conservadora en el campo de la homosexualidad masculina, pero cuya capacidad perturbadora del sistema sexo/género, es discutida ampliamente. Pero es un lugar cercano, un simulacro que se afirma en la heterosexualidad del humorista que crea el personaje, y ‘prueba’ de ello son los rumores de la relación sentimental que mantiene con una de las mujeres que participa de sus rutinas. En cualquier caso, el personaje –que ya no participa del espectáculo– de apariciones marginales llegó a tener un espacio propio dentro del programa; sometido al ridículo y objeto de risa permanente, aparentaba cierta complicidad con *Kike*. Cuerpo de macho y cuerpo travestido rodeados a su vez de cuerpos sometidos a implantes de silicona en pechos y glúteos, hipersexualizados e hiperfeminizados⁹. Voluptuosos pero no agresivos. La parodia de lo femenino junto a la sujeción de lo femenino. El sujeto travestido¹⁰ –siempre en posición subalterna– debía remarcar una supuesta homosexualidad, demostrando ‘asco’ por el cuerpo femenino que se ofrecía ante él, hasta que llegado un punto realizaba un gesto que delataba su virilidad y que lo rescataba de la confusión que podía producirse si se trataba de una escena de seducción entre dos varones. Generalmente, el objeto de deseo era el conductor del programa, sino algún invitado.

Lo que queda fuera de esta anormalidad son las menciones publicitarias que *Kike* y las modelos-coanimadoras hacen en conjunto. Nunca –a menos que estén participando explícitamente del segmento humorístico– se mezclan con los personajes anormales, de hecho, interrumpen lo que sucede en el escenario, aun a costa de perder el hilo conductor. Porque el mercado es el otro protagonista del programa, aunque no se mezcla con los personajes. Las modelos que hacen las menciones publicitarias generalmente no se sacan la ropa –cuando lo exige el ritmo del espectáculo– o interactúan con los ‘anormales’, sólo comparten escena con el animador. Este contexto de anormalidad es la fórmula que en ese momento el discurso conservador al cual adscribe el canal de televisión que transmite el programa, encuentra para permitir la aparición de una mujer que está siempre dispuesta a desnudarse para satis-

9 En pleno auge del mercado de las cirugías estéticas, *Kike* le pregunta a una modelo extranjera sobre el volumen de sus pechos: -“¿Cuánto te pusiste?”, aludiendo a los centímetros cúbicos de silicona inyectada. La respuesta fue algo así como, “soy la que más centímetros cúbicos tengo en Chile”, dicho no sin cierto orgullo ya que eso le permitía tener acceso a mayores posibilidades de trabajo.

10 El humorista que creó este personaje lo presentó como parte de su rutina en febrero de 2011 en el Festival de Viña del Mar, un evento importante sobre todo en términos televisivos. Su rutina fue rechazada por algunos medios de prensa y las organizaciones de la diversidad sexual por considerarla ofensiva, generando un gran revuelo que llevó al humorista a pedir disculpas “a los ofendidos”, y al Consejo Nacional de Televisión (CNTV), a amonestar al canal que transmite el festival, en este caso Chilevisión. Hasta ese momento no habían surgido tantas críticas a una rutina que se exhibía por televisión al menos una vez a la semana. Sin embargo, hoy las críticas ante este tipo de humor se han vuelto más comunes.

facier el deseo masculino. Este es un espacio de excepción justificado por la sintonía y el mercado, donde la mujer puede llegar a ser vista como carne, como mero cuerpo, mera *zoe*, como la vida desnuda, como cuerpo sin idea, siguiendo el pensamiento de Agamben. Pero, para el canal, ésta es la excepción (de ahí que no transgredan ningún límite al desvestirse, el espacio televisivo ya constituye un espacio anormal donde los límites de la normalidad no cuentan). Este es el caso de una de las modelos que hace el papel de mujer poco inteligente, pero accesible y sexualmente dispuesta. Sus apariciones suelen ser en lencería mínima y de manera muy provocadora. Sin embargo, el canal censuró un video de *reggaetón* que ella protagonizaba por considerarlo sexualmente explícito. Podemos explicar esto desde la perspectiva de que una sensualidad exacerbada es perfectamente tolerable siempre que se contextualice dentro de la anormalidad (particularmente física), pero descontextualizada aparece transgresora y contraria a los valores que propone la línea editorial del canal. Si bien hoy se plantea una apertura, hace unos años en el contexto de una fuerte competencia televisiva dado las ganancias a obtener por concepto de publicidad, un canal conservador no podía sustraerse a la demanda de ‘humor’ y lo que se ofrece como ‘sensualidad’. Respecto a la oferta de Mega en la escena televisiva y la forma de enfrentar la competencia, el director del canal señalaba que el eje central de ésta era:

“[...] la entretención sana y con valores, con contenidos cercanos y empáticos en que la familia chilena se sienta identificada [...] El devenir de los canales de televisión está constantemente marcado por la fuerte competencia, a la que ahora se suman desafíos tecnológicos y cambios relevantes en la industria. En ese contexto, los desafíos para Mega son ambiciosos, pero su gerente tiene las cosas claras: la calidad de los contenidos y el apego a los valores que tradicionalmente ha defendido el canal no están en discusión (2010).

De hecho la eficacia del programa radica en plantear la dimensión de la liberalidad como espacio de lo anormal. Y este juego entre lo normal y lo anormal, en la medida en que transita entre la ficción y lo real (entendiendo los términos de manera relativa) son muy eficaces humorísticamente hablando. En *Morandé con Compañía* nunca se sabe con certeza si lo que dice o hace un personaje lo dice el actor o el personaje. Incluso a veces se llega a dudar de que el personaje esté actuando o si la persona tiene algún tipo de problema físico real. Todo esto contribuye a que, a través del humor, se afiancen los valores conservadores por contraste u oposición.

La “anormalidad” posibilita la reafirmación de lo normal y aceptable para la moral conservadora, que se sitúa a un costado del escenario, en el lugar reservado a los auspiciadores. Cada vez que se promociona un producto se detiene el flujo en el escenario. La inclusión que posibilita suplir la demanda de mercado, es inmediatamente contenida a partir de las representaciones tradicionales de la sexualidad. En este sentido, *Morandé con Compañía* resulta un dispositivo de poder eficaz que trabaja a través del humor –por momentos, cruel y grosero– generando un discurso y una forma de subjetivación que incluye todo lo que sea diferente –incluida la sexualidad– en términos de anormalidad.

A modo de cierre podemos decir que este discurso y subjetivación conservadora que captura la diferencia convirtiéndola en una suerte de abyección¹¹, no queda descontextualizada comparándola con otros productos del mismo canal. En su análisis sobre un reportaje acerca del aborto en *Aquí en vivo*, programa de “investigación periodística” de Mega, Claudia

11 Entendemos abyección en los términos de Julia Kristeva, quien lo vincula con aquello radicalmente excluido, “aquello que perturba una identidad, un sistema, un orden. Aquello que no respeta los límites, los lugares, las reglas. La complicidad, lo ambiguo, lo mixto”. (1988:11)

Lagos¹² advierte cómo los cuerpos de las mujeres se convierten en bastión de defensa de la sociedad, desde la perspectiva de una prensa que:

“actúa como brazo armado de los aparatos represores y controladores –en este caso, de los cuerpos, de las sexualidades, de los mandatos de género– desde una lógica donde la televisión da muestras de constituirse en un espacio indispensable en tanto (re) productora del Estado policial en general, y de la dominación masculina, en particular” (Lagos: 477).

Para Lagos, un programa como *Aquí en vivo* funciona como una matriz valórica –asentada en la línea editorial del canal– que “propone un mito de sociedad inmaculada amenazada por el desorden y el peligro”, desatado por monstruos que deben ser “atados en una operación de ‘limpieza’ que, cual ritual, debe ser en la plaza pública. Así, se (re)crea la ilusión de que tales monstruos han sido exorcizados por obra y gracia de la acción pedagógica y disciplinaria, de los discursos mediáticos –específicamente televisivos– por la vía de la puesta en escena” (Ídem: 478). Esto es muy relevante porque la contradicción aparente entre lo conservador y lo liberal se disuelve en el escarnio público que sufren quienes transgreden efectivamente los límites de la moral conservadora, no a través de la exhibición del cuerpo desnudo –o fragmentos de un cuerpo– o por posar ante una cámara de manera extremadamente sensual, sino al intentar (re)apropiarse de su cuerpo y de la soberanía sobre él. Todo lo demás es simulacro.

Agradecimientos

Agradezco al antropólogo Guillermo Brinck P., la generosidad en compartir sus ideas y el tiempo dedicado a conversar en torno a este tema.

Bibliografía

ABU-LUGHOD, Lila

2006 “Interpretando la(s) cultura(s) después de la televisión: sobre el método”. *ICONOS. Revista de Ciencias Sociales*, no. 24. Quito: FLACSO, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.

BECERRA, Mauricio

2008 “Carlos Ossa: ‘La televisión es el vocabulario de la modernización tecnoliberal’ en *El ciudadano*, 3 de septiembre. Disponible en <<http://www.elciudadano.cl>> Recuperado en 15 de febrero 2011.

BENGOA, José

2006 *La comunidad reclamada. Identidades, utopías y memorias en la sociedad chilena actual*, Santiago: Catalonia.

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN

2009 *Estudio Estadístico de Televisión Abierta 2008*. http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20110317/asocfile/20110317164145/informeestadistico2008.pdf

GARCÍA CANCLINI, Néstor

1990 *Cultura Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México: Grijalbo.

GODOY, Carmen Gloria

2009 “La desmaterialización del orden familiar y la figura del padre en Cuando éramos inmortales de Arturo Fontaine T. en *Alpha (Osorno)*, (29), 55-66. Recupe-

12 El nombre del reportaje es “Profesionales del aborto”, de la temporada del año 2007. Ver texto citado de la autora, nota al pie 20, página 467.

rado en 28 de diciembre de 2013, de http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-22012009002900005&lng=es&tlng=es.10.4067/S0718-22012009002900005.

KRISTEVA, Julia

1988 *Poderes de la perversión. Ensayo sobre Louis F. Céline*, México-Buenos Aires: Catálogos editora/Siglo XXI Editores.

LAGOS, Claudia

2011 “El aborto en (según) la televisión: Apuntes sobre cuerpos pedagogizados, medios de comunicación y discursos inmunitarios”. Pavez, J.; Kraushaar, L. (Editores). *Capitalismo y Pornología. La producción de los cuerpos sexuados*, Qillqa, Instituto de Investigaciones Arqueológicas y Museo R.P. Gustavo Le Paige s.j. San Pedro de Atacama: Universidad Católica del Norte.

OYARZÚN, Kemy

2000 “La familia como ideologema. Género, globalización y cultura, Chile, 1989-1997”, en *Revista Chilena de Humanidades*, N°20. Santiago: Facultad de Filosofía y Humanidades, Universidad de Chile.

OSSA, Carlos

2001 “La profecía vulgar”. Mato, D. *Estudios Latinoamericanos sobre cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización 2*.

REGUILLO, Rossana

2007 “Formas del saber. Narrativas y poderes diferenciales en el paisaje neoliberal”. Grimson, A. *Cultura y Neoliberalismo*. Buenos Aires: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. Disponible en <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/grupos/grim_cult/Reguillo.pdf> Recuperado en 15 de febrero 2011

TIRONI, Eugenio

1999 *La irrupción de las masas y el malestar de las elites*. Santiago: Editorial Grijalbo.

Otras fuentes documentales

CONTRERAS, Marcelo

2013 “Batalla en la pantalla caliente”, en *Revista Caras*, 4 de junio. <http://www.caras.cl/tv/batalla-en-la-pantalla-caliente/>. Recuperado en 2/09/2013.

S/A

2003 “Bitar asistió a escuelita del Profesor Salomón”. *El Diario Austral de Valdivia*, Año XXI-Nro. 7.480-Miércoles 2 de julio <http://www.australvaldivia.cl/site/edic/20030701223356/pags/20030702050552.html>

S/A

2009 “El gran patinazo del Inspector Vallejos en Morandé con Compañía”, *Las Ultimas Noticias*, 29 de septiembre. Sección Tiempo Libre.

S/A

2009 “Cercana a familia de niña violada: La recreación del abuso fue descabellada”, en <<http://www.cooperativa.cl>>, 25 de septiembre de 2009. Recuperado en 02/07/2011

S/A

2010 “Mega. Dos décadas de desafíos”, en *Marcas y marketing*. Revista de la Asociación Nacional de Avisadores (ANDA), octubre-noviembre.