Tinelli, la TV y la discriminacion sexual: Una jodita para las mujeres

ANDREA D?ATRI :: 02/06/2007

Tanta degradación asquea. Pero lo que más duele es que, en el punto máximo del bochorno, Tinelli(1) alcanzó en Buenos Aires 42 puntos de rating: casi medio millón de personas estuvieron sentadas frente a la pantalla de "Bailando por un sueño" cuando Nazarena Vélez(2) se desnudó en un ¿baile erótico?, que se llevó el mejor puntaje del jurado.

Ahora el COMFER amenazó con sancionar al canal por la emisión de estas imágenes porque había menores en el estudio. Cuidar a los menores parece razonable. Pero nadie considera sancionable que la imagen de la mujer en los medios de comunicación aparezca cada vez más degradada.

Demonizar a Tinelli es una tarea fácil: se trata de uno de los empresarios más importantes de los medios de comunicación que vende, habitualmente, programas populares de altísimo rating. En Bailando por un sueño tenemos, a mano, todos los ingredientes para tirarle a matar: las participantes cada vez más desnudas, el zoom de la cámara apuntando estratégicamente a escotes y traseros, chistes discriminatorios para la participante travesti desconocida y título de "señora" a la travesti más taquillera de la farándula, permiso para rozar la pornografía a las figuritas mediáticas y comentarios de "cuida" machista y celoso cuando participan su esposa o Nina Pelozo, compañera del inefable Castells(3). Porque, hasta para Tinelli, hay mujeres del hogar y de las otras...

Pero no es sólo Tinelli. Los medios de comunicación reproducen los estereotipos sociales de género en los que se basa la discriminación de las mujeres. Desde la publicidad hasta los noticieros, la mujer es sólo madre y ama de casa, feliz de que los grandes monopolios le brinden productos de limpieza, electrodomésticos y analgésicos de venta libre para entregarse a su fatal destino sin dolores musculares. También puede ser moderna y trabajar fuera de casa: entonces será empresaria, profesional o secretaria ejecutiva, pero jamás será una de las obreras que pasan más de 12 horas de pie en una línea de producción de cualquier fábrica alimenticia.

Y ama de casa o trabajadora extra-doméstica siempre lucirá bella, elegante, sexy porque conseguir, tener o mantener un marido a su lado debe ser uno de los objetivos primordiales. La sexualidad de la mujer -que aparece poco representada- cuando lo hace es para reproducir estereotipos: virgen o puta, cándida o sex symbol. Ahora, que en la pantalla está de moda la transgresión, los juegos lesbo-eróticos entre mujeres heterosexuales son un producto más para el ratoneo del consumidor masculino. Y presentado como un logro de equidad de género, aquí también estarán los strippers masculinos haciendo maniobras y piruetas de lo más estrambóticas que, supuestamente, tendrían que erotizarnos tal como las acrobacias femeninas los vuelven locos a ellos.

En los noticieros, a las mujeres las matan en crímenes "pasionales". Porque si hay algo que

supuestamente rige nuestras vidas son las emociones fuertes: mientras las matemáticas, los deportes y la política quedan en manos de los periodistas masculinos, para nosotras son la prensa "rosa" o "del corazón", los segmentos de moda y espectáculos y la información general. Tan irracionales somos que, cuando menstruamos podemos llegar a arrojar el café caliente sobre la cabeza de quien se sienta a nuestro lado en el cine... pero ¡gracias a dios y los laboratorios, existen los analgésicos de cajitas rosadas, especialmente diseñados para esa locura que nos ataca una vez al mes!

Y mientras los mafiosos son "hombres de honor"(4), las mujeres son "asesinas"(5), a pesar de que sólo representan el 10% de los criminales acusados de homicidio. ¡Al final, lo más parecido a la vida real terminan siendo las "amas de casa desesperadas" que viven en suntuosas mansiones de un barrio privado que esconde el crimen de una mujer!(6)

En Sudamérica, el 23% de las mujeres que protagonizan una noticia es en carácter de víctimas, contra un 9% de los varones. Un estudio de años pasados mostraba un monitoreo de programas de radio que señalaba que se dedicaron 2384 minutos de entrevista a hombres y sólo 449 a mujeres.

Aunque hay excepciones en las que se muestra a las mujeres tal cual somos, lo cierto es que lo absolutamente predominante es que se muestre la imagen de lo que se espera que seamos.

Ideas del Sur (y también la fuerza de trabajo)

Marcelo Tinelli vendió el 30% de su productora Ideas del Sur a ARTEAR, es decir, al grupo Clarín, por un valor de alrededor de 15 millones de pesos. No podemos saber a ciencia cierta, cuánto factura; pero es muchísimo. Como empresario apareció implicado en el caso de la facturación "trucha" de Skanska y en un litigio territorial con comunidades mapuches por sus estancias vecinas a las de Bennetton. Pero Tinelli es uno más -y ni siquiera el más poderoso- de los dueños de los medios de comunicación. Por poner sólo un ejemplo, el Grupo Clarín -que en la década del "80 inició su expansión con la compra de Radio Mitre y Canal 13- hoy tiene participación en el operador de cable Multicanal, Arte Gráfico Editorial Argentino S.A., revista Genios, Artear S.A., TN, Volver, Magazine, Canal 7 (Bahía Blanca), Canal 12 (Córdoba), las productoras Pol-Ka, Patagonik Film Group S.A., el buscador de internet Ubbi, la imprenta Artes Gráficas Rioplatense S.A., FM 100, Datamarkets, FeriAgro, revista Elle, TyC Sports, diario La Razón, Televisión Satelital Codificada S.A., Papel Prensa, diario La Voz del Interior, Los Andes, Página 12, Agencia DyN, y siguen las firmas...

Es decir, a pesar de las reglamentaciones y las sugerencias de los organismos internacionales en materia de derechos humanos y medios, lo cierto es que se trata nada más y nada menos que de empresas capitalistas. Grandes. Las más de las veces, monopólicas. ¿Cómo exigir, entonces, que estas empresas no reproduzcan los patrones culturales de una sociedad basada en la explotación y la opresión de millones de seres humanos?

En América Latina, sólo un 25% de los trabajadores de los medios de comunicación son mujeres. Pero este porcentaje es mucho menor en los cargos jerárquicos y técnicos. Según un estudio de la OIT, en la mayoría de los países las periodistas cobran un salario 30%

menor que el de sus colegas varones.

Las empresas que patrocinan los programas de televisión pueden reproducir estereotipos o transgredirlos con nuevas imágenes positivas de las mujeres. Pero lo cierto es que ya sea que se trate de alimentos, productos de belleza o limpieza, indumentaria o electrodomésticos, éstos han sido realizados por trabajadores, mayoritariamente mujeres, que quizás jamás puedan comprar con su salario lo mismo que ellas fabrican y son obligadas a compararse, frente a las pantallas, con "modelos de mujer" que no son, no quieren o no pueden ser.

* *Andrea D'Atri, dirigente del Partido de los Trabajadores Socialistas (PTS), es especialista en Estudios de Género e integra el consejo asesor del Instituto del Pensamiento Socialista "Karl Marx", de Argentina. Se desempeña como docente y comunicadora en los temas de su especialidad.*

Notas

1. Marcelo Tinelli es conductor del programa de televisión "Bailando por un sueño", la versión argentina de "Bailando con las estrellas". Además es productor y empresario de los medios de comunicación. En uno de sus programas, utilizaba cámaras ocultas para poner en rídiculo a personas del medio que, cuando se exasperaban o se encontraban al borde del llanto recibían el aviso de que se trataba de "una jodita para Tinelli".
2. Vedette argentina.
3. Dirigente político del Movimiento Independiente de Jubilados y Desocupados, cuya esposa Nina Pelozo, también dirigente del movimiento piquetero y candidata para las próximas elecciones, participa del certamen "Bailando por un sueño".
4. Así se llamaba una telenovela de mucho éxito que relataba la vida de los mafiosos en Buenos Aires a principios de siglo.
5. El programa unitario "Mujeres Asesinas" relata las historias reales de crímenes protagonizados por mujeres.
6. En Argentina se realizó una versión local de "*Desesperate Housewives*", con las mismas características que la *sitcom* norteamericana. Mientras estaba en el aire, una mujer fue asesinada en un barrio privado sin que hasta el momento se haya esclarecido el crimen -con escabrosas aristas- y se televisan las secuelas de un juicio sobre el asesinato de otra rica mujer, en cuyo crimen está implicado el marido y su influencia en la policía y la justicia.

Especial para La Haine

---

https://www.lahaine.org/mm_ss_est_esp.php/tinelli_la_tv_y_la_discriminacion_sexual