

# HACIA UNA AGENDA SOBRE SEXUALIDAD Y DERECHOS HUMANOS EN CHILE

Seminario-Taller

17 y 18 de noviembre de 2003, Santiago de Chile



TERESA VALDÉS  
GABRIEL GUAJARDO  
EDITORES

## Hacia una agenda sobre sexualidad y derechos humanos en Chile

Las opiniones que se presentan en este trabajo, así como los análisis e interpretaciones que en él se contienen, son de responsabilidad exclusiva de sus autores y no reflejan necesariamente los puntos de vista de FLACSO ni de las instituciones a las cuales se encuentra vinculado.

Ninguna parte de este libro/documento, incluido el diseño de portada, puede ser reproducida, transmitida o almacenada de manera alguna ni por algún medio, ya sea electrónico, mecánico, químico, óptico, de grabación o de fotocopia, sin autorización de FLACSO.

612.6 Valdés, Teresa; Guajardo, Gabriel, eds.  
V145ha FLACSO-Chile, Flora Tristán Centro de la Mujer Peruana; Centro Latinoamericano de Sexualidad y Derechos Humanos.

Hacia una agenda sobre sexualidad y derechos humanos en Chile. Seminario-Taller, 17 y 18 de noviembre de 2003, Santiago de Chile. Santiago, Chile: FLACSO-Chile, 2004.

197 p. Serie Libros FLACSO  
ISBN: 956-205-188-9

SEXUALIDAD / DERECHOS SEXUALES /  
POLÍTICAS PÚBLICAS / SALUD  
REPRODUCTIVA / INVESTIGACIÓN Y  
DESARROLLO / SEMINARIO / CHILE

Inscripción N°139.457, Prohibida su reproducción.

© 2004, FLACSO-Chile

Av. Dag Hammarskjöld 3269, Vitacura.

Teléfonos: (562) 290 0200 Fax: (562) 290 0263

Casilla Electrónica: [flacso@flacso.cl](mailto:flacso@flacso.cl)

FLACSO-Chile en Internet: <http://www.flacso.cl>

Producción editorial: Marcela Zamorano, FLACSO-Chile

Diagramación interior: Marcela Contreras, FLACSO-Chile

Diseño de portada: Claudia Winther

Impresión: LOM Ediciones Ltda.

# INDICE

Presentación .....	5
Introducción	
<i>Violeta Barrientos</i> .....	9
CAPITULO I	
PRODUCCIÓN DE CONOCIMIENTO Y POLITICAS PÚBLICAS	
Investigación en sexualidad en Chile, 1990-2002	
<i>Teresa Valdés E. y Gabriel Guajardo S.</i> .....	19
La salud y los derechos sexuales y reproductivos en Chile: 1999-2003	
<i>Verónica Schiappacasse, Paulina Vidal, Lidia Casas, Claudia Dides, Soledad Díaz</i> .....	41
Algunos antecedentes de la utilización de la investigación en el diseño de políticas públicas relacionadas al VIH/SIDA en Chile	
<i>Anabella Arredondo Paz y Pilar Planet Marín</i> .....	67
CAPITULO II	
TRANSFORMACIONES SOCIOCULTURALES Y PRODUCCION DE CONOCIMIENTO SOBRE SEXUALIDAD	
Construyendo y ejerciendo los derechos sexuales y reproductivos entre los fundamentalismos y las libertades	
<i>Claudia Dides C.</i> .....	83
ANDANTE, ma non troppo	
<i>Olga Grau</i> .....	97
Sexualidad y medios de comunicación: los relatos públicos de la intimidad	
<i>Uca Silva</i> .....	109
Traductibilidad y proyección política: la sistematización y politización de los saberes y/o su des-politización	
<i>Juan Pablo Sutherland</i> .....	123

### CAPITULO III

#### INVESTIGACION Y ACCION EN SEXUALIDAD Y DERECHOS HUMANOS

Cuerpo/Sexualidad: Discursos y realidad cotidiana 2003 <i>María Isabel Matamala Vivaldi</i> .....	135
--	-----

Avanzar hacia una agenda ¿común?...un reto irrenunciable <i>Rosa Espínola Vega</i> .....	147
---	-----

Fortalecimiento y proyección del Foro Red de Salud y Derechos Sexuales y Reproductivos Región de Los Lagos, Período 1994-2003 <i>Anita Urrutia</i> .....	153
--	-----

#### RELATORIA DE LOS GRUPOS DE TRABAJO

Grupo de trabajo N°1 .....	165
----------------------------	-----

Grupo de trabajo N°2 .....	173
----------------------------	-----

Grupo de trabajo N°3 .....	179
----------------------------	-----

Grupo de trabajo N°4 .....	185
----------------------------	-----

Listado de participantes .....	193
--------------------------------	-----

# SEXUALIDAD Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN: LOS RELATOS PÚBLICOS DE LA INTIMIDAD

Uca Silva  
Sur Profesionales  
Universidad Diego Portales

La invitación a participar en el Seminario Taller “Hacia una agenda sobre Sexualidad y derechos humanos” con una ponencia sobre la relación entre sexualidad y medios de comunicación, puso en evidencia uno de los vacíos de investigación más significativos relacionados a estos dos campos. La preparación de la presentación, constató lo sabido: la casi total ausencia de estudios de la relación entre estas dos áreas en el país. El actual impulso, que ha renovado las investigaciones sobre los medios de comunicación debido al desarrollo tecnológico y los impactos de la globalización, ha pasado de largo cuando se refiere al tema de la sexualidad. Por otra parte, la incipiente línea de estudios sobre sexualidad ha prestado poca atención a cómo ha sido tratado este tema por los medios de comunicación. Estas ausencias se notan en los territorios de las definiciones teóricas conceptuales de los estudios sociales, donde no existe información sistematizada sobre las representaciones y narraciones que la sexualidad tiene en los espacios mediales.

El presente artículo, contiene la información escrita y corregida de la ponencia presentada en este seminario. Este documento, en una primera parte cuestiona la ausencia de estudios de esta área. En la segunda sección, se analiza ciertas producciones mediales que dan cuenta de cambios y transformaciones en tratamiento de la sexualidad en lo público. En la tercera sección se reflexiona sobre los significados sociales que pueden tener estos cambios. Se impone reconocer abiertamente este artículo como un ejercicio que presenta limitaciones, pero se rescata de él la buena intención y la osadía de plantear ciertas cosas en un terreno tan complejo, ambiguo y contradictorio como el que da cuenta la convergencia de estos dos campos.

Para los efectos de este artículo, cuando hablamos del tema sexualidad y medios de comunicación, nos estamos refiriendo principalmente a los relatos y discursos sobre sexualidad que se producen en los medios de comunicación masiva. Considerando así, a las narraciones que dan cuenta de actitudes, comportamientos, creencias sobre lo que se denomina sexo, entendiéndose este como lo más cercano a representaciones de las relaciones sexuales. Cuando hablamos de espacios mediales nos referimos a sus expresiones más tradicionales: prensa, periódico y televisión. El interés se centra en los textos, que en sus relatos, ofrecen nuevas texturas en la presentación de la sexualidad en lo público.

## 1. LOS CONTEXTOS Y LAS AUSENCIAS

Este es un momento de grandes transformaciones culturales, las cuales han desdibujado las afirmaciones absolutas en variadas dimensiones. Lo que se creía ayer no sólo no se cree hoy, sino que se valora con dificultad el haber poseído esos saberes y creencias. Es una época marcada por lo vago, lo impreciso, lo ambiguo y lo hueco. Este panorama, que extrema las dificultades para definir propuestas, nos evidencia la necesidad de parar, observar y escuchar cuáles son estas transformaciones, y cuáles de ellas se traducirían en las orientaciones posibles a seguir. De todos los quehaceres, este trabajo se preocupa principalmente del ver y de escuchar, pero especialmente del ver las transformaciones que están en imágenes, relatos y narraciones instaladas en uno de los espacios más potentes que están en las industrias culturales modernas, como son los medios de comunicación: radio y televisión.

Numerosos estudios abocados a observar y analizar el impacto que el desarrollo de los medios de comunicación tiene en las formas de organizarse e interrelacionarse sobre los actores sociales, concluyen postulando, en su mayor parte, que vivimos en un nuevo mundo mediatizado, lo cual implica que las prácticas sociales –modalidades de funcionamiento situaciones, mecanismos de toma de decisiones, hábitos de consumos, conductas más o menos ritualizadas, etc.– se transforman por el hecho que hay medios (Verón; 1995). Así, se afirma que debido al rol protagónico que juegan los medios, éstos se han transformado no sólo en el nuevo escenario político, sino también el principal referente de productos simbólicos.

Desde esta perspectiva, uno de los impactos más importantes es la primacía que adquieren los medios de comunicación frente al repliegue de otros referentes públicos, instalándose como “los espacios de conversación colectiva”, transformándose en los principales emisores y canales de información pública que dan cuenta sobre lo que sucede en la sociedad. Además, producto de este proceso, se ha ido conformando un relato social definido, sobre todo, por los objetivos económicos y orientaciones ideológicas que movilizan a los medios. Los medios (en especial la televisión) han logrado transformarse en el principal referente de productos simbólicos de la cotidianidad de las personas, por lo tanto mediadores de normas y modelos en las distintas construcciones de la realidad social.

Confrontado este panorama, que da cuenta de las actuales funciones estructurantes de los medios de comunicación, con las ausencias de estudios sobre la sexualidad en estos espacios, es difícil explicarse esta omisión. Más aún, si vemos que la evolución que han tenido los estudios, especialmente nos referimos a la contribución de las teóricas feministas, donde una de sus principales tareas ha sido abocarse a develar la dimensión cultural en la construcción de los modelos de la sexualidad en los procesos sociales y de forma

luchar abierta y tenazmente contra el determinismo biológico con el cual extensamente se ha interpretado esta temática.

Actualmente, las tendencias globales se orientan a comprender la sexualidad dentro de un contexto, cultural, social, político determinado. Si adoptamos el enfoque que presenta Carmona, en el cual se considera la sexualidad humana como un conjunto de sensaciones, emociones, y cogniciones, determinadas culturalmente vía la socialización, que se asocian a una estimulación fisiológica, y que finalmente da lugar a un deseo y/o a un comportamiento sexual, este último podría ser entendido como una respuesta a una estimulación resultantes de una serie de scripts o guiones sexuales. La noción de scripts sexual hace referencia a los guiones culturales, prescritos y compartidos por el grupo, que legitiman una normalidad en materia de sexualidad y orientan las conductas sexuales (Apostilidis, 1993).

Estos guiones sexuales actuarían a tres niveles. Uno de estos, que no actúa independiente (los otros guiones se accionan en otros planos) son los guiones culturales que se refieren a las prescripciones colectivas que dicen lo posible, pero también lo que no debe ser hecho en materia sexual. Aunque estos guiones no son predictivos en la realización de las conductas sexuales de las personas, ellos constituyen la materia prima simbólica de lo sexual.

Examinar las conductas sexuales, a partir de la perspectiva de los scripts sexuales, permite poner en relación lo que las personas piensan, la manera en la que ellos actúan y la forma en la cual ellos son impregnados por el contexto sociocultural en el que viven. Cuando los guiones culturales se transforman, se producen cambios dentro de los sistemas de prescripción de los actores, que dan a los individuos la posibilidad de reorganizar sus concepciones sobre la sexualidad. Los guiones invitan a abordar la sexualidad como un proceso de aprendizaje, de reconocimiento, de negociación y también de improvisación.

Estos scripts nacen de aprendizajes sociales que no son sólo inculcaciones de reglas, sino que más bien una introyección, por la vía de los afectos, de los relatos múltiples que implican secuencias de eventos y modos de funcionamiento de las instituciones (Carmona, 2003).

Este panorama, nos reafirma la importancia de las instituciones mediales, o sea los medios de comunicación, por su esencial condición de productores de material simbólico y permanente instalador de relatos y narraciones sobre las conductas sociales. Indicándonos la necesidad insoslayable de estudio y observación sobre que está sucediendo en este espacio. Esto implica, ver cómo son las representaciones de la sexualidad, que evocan, de qué forma. Desde la recepción, saber que es lo que les

sucede a hombres y mujeres con relación a los contenidos que los medios ofrecen ahí. Entre otras cosas entender, cómo utilizan esa información, cómo se identifican, qué valor le dan a ésta. Hay pendiente un amplio campo de investigación.

## **La resistencia de los estudios sociales**

Los practicantes de los estudios sociales y los especialistas de sexualidad se han mostrado resistentes para hacer objetos de estudios los productos que se están difundiendo a través de los medios de comunicación, a pesar de la importancia e impacto que éstos están teniendo en las audiencias y la ciudadanía. Una de las formas fáciles de responder a los fenómenos mediales han sido explicarlos con gran ligereza, generalmente desvirtuando y desvalorizando los productos culturales. En vez de observar, interpretar, mirar el proceso, mirar los productos, generalmente se ha reaccionado con una crítica brutal y severa, reflejando una actitud que da más cuenta de antiguos criterios que arrastran la tensión entre la valoración de la alta cultura, (de museo y música clásica) contra las rancheras y telenovelas de gusto popular.

Los mayores avances desde un enfoque cultural se han realizado desde los estudios feministas. Son las mujeres que osadamente han recogido esta temática y han evidenciado la dimensión social que la sexualidad sostiene.

Desde estos grupos, los estudios que existen en esta área se han focalizado en la crítica de los textos, no prestando atención a la relación placentera que las mujeres-audiencia establecen con esas producciones. Estos estudios han cuestionado, con justa razón, el facilísimo sexismo con que los medios han utilizado a las mujeres de diferentes formas y han modulado la representación de los cuerpos de acuerdo a dos intereses: el mercado y la mirada masculina. Esta crítica se ha centrado especialmente en los abusos de la publicidad.

En este sobre uso de la representación de las mujeres, éstas han sido utilizadas como elementos mediales de seducción para promover cualquier objeto. Un recurso habitual ha sido el fragmentar los cuerpos femeninos, exacerbando las partes más sugestivas que se separan del resto, perdiéndose la representación, y por lo tanto, noción de la persona. También la repetición de un tipo físico determinado y la exclusión y omisión de otros ha servido para casi imponer una forma de ser mujer que produce efectos en la organización de sus vidas y las relaciones sociales entre hombres y mujeres.

Los estudios de sexualidad y de los medios de comunicación conllevan problemas en la definición de los campos de estudios, presentando cada uno de ellos en sus contornos, sus propias ambigüedades e imprecisiones. Analizar medios de comunicación significa

internarse a un área de constantes producciones de diversos discursos, la mayoría de las veces disonantes entre ellos. Si bien podemos referirnos a un limitado número de fuentes tecnológicas, la producción de elementos simbólicos es infinita. Una de las características de la producción medial, especialmente de los productos televisivos, es su perecedad, o sea su inmediata obsolescencia después de un rápido uso, y sus pocas posibilidades de re uso. Esta situación genera una permanente producción de distintos temas y formas de novedosa presentación, si a esto se le agrega la naturaleza de la información de cada género, por ejemplo, la diferencia entre un noticiero, un documento, una telenovela, un talk show. Nos enfrentamos frente a la imposibilidad de referirnos a “los medios de comunicación” (lo que usualmente hacemos) como si éstos generaran un solo discurso y sólo una forma de representación.

No es lo mismo, referirse a un discurso televisivo, el cual como medio demanda elementos que convoquen a la emoción y a ciertas formas específicas de representación, que cuando se habla de los discursos presentados por la prensa escrita. La mayor parte de las producciones televisivas se establecen en los terrenos de la ficción, con la principal intención de entretenimiento. Sólo un segmento de ellos se dedica a dar cuenta de los eventos de actualidad. Generalmente las críticas manifiestas en contra de los medios tienden a confundir los planos entre representación de realidad y ficción.

## **La proliferación de la representaciones de la sexualidad**

Actualmente la gama de representaciones, narraciones y producción de imágenes sobre la sexualidad se han ampliado, sin embargo las definiciones de los límites sobre permitido y no se permite aún genera grandes polémicas y enfrentamientos entre distintas partes interesadas. Esto no ha impedido que en los medios, y específicamente en la televisión, se haya comenzado a desarrollar una producción de imágenes y relatos sobre la sexualidad y el sexo o que se evoque estas dimensiones, como nunca antes. En este artículo vamos a leer estos cambios como transformaciones positivas, por el sólo hecho que proveen una información que antes no estaba ahí. Además, suponemos que esta información, por el interés que suscita en las personas y por el éxito que han tenido en la convocatoria de públicos, están ofreciendo algo relevante de forma útil y entretenida en su tratamiento de la sexualidad.

De esta proliferación de discursos sobre la sexualidad en los medios, la producción de las teleseries ha sido uno de los géneros que ha modificado sus contenidos y formas de narraciones integrando nuevos comportamientos sexuales en sus historias amorosas, exhibiendo toda una serie de nuevos repertorios en esta área, especialmente en lo que se refiere al comportamiento de los jóvenes.

Relaciones prematrimoniales, orientaciones sexuales hasta el momento discriminadas, embarazo juvenil, SIDA, son algunos de los temas relacionados que han llegado a conformar parte de los nuevos contenidos sobre el ejercicio de la sexualidad en este género televisivo. La mayoría de estos contenidos reflejan la actual problematización de la sociedad en relación al comportamiento sexual de los jóvenes. Este enfoque tiende a tratar lo sexual desde el conflicto, lo cual determina discursos con definidas posiciones morales que dando cuenta de las consecuencias negativas que implica transgredir los comportamientos sexuales consensuados socialmente.

Este florecimiento de discursos, también se refleja en la televisión a través de la creación de espacios dedicados específicamente a temas sexuales. Estos intentos se concentraron especialmente en Chilevisión, donde una de sus periodistas se profesionalizó en el tratamiento y presentación del tema. Detrás de encajes negros, visos plateados, voz susurrante de la presentadora y todo a media luz, se evidenciaban los objetivos pedagógicos del programa. Las intenciones de transgresión que conllevaban el tratamiento de temas privados, se desvanecían frente a la presencia de sicólogos, educadores, cientistas sociales que interpretaban y daban su visión “correcta” sobre el tema tratado en cada ocasión. Esta última oferta no generó gran revuelo medial, aunque eso no invalida su aporte a la diversidad de los discursos públicos sobre sexualidad. Puede ser que su tendencia educativa, la hibridez del producto y la ausencia de los elementos lúdicos no hayan llegado a cumplir con los exigencias necesarias de asombrar, entretener, para lograr comprometer a una audiencia de la forma que los hicieron otras producciones mediales.

## **2. LAS TRANSFORMACIONES EN LOS DISCURSOS MEDIALES EN EL TRATAMIENTO DE LA SEXUALIDAD**

De esta intensificación de factura medial sobre sexualidad, se han seleccionado algunos productos que dan cuenta de nuevas formas de narrar la sexualidad y que han tenido un impacto social relevante. Todos estos productos nos hablan de ciertas transformaciones que se inscriben en las arquitecturas mediales de la presentación de este tema. Nos atreveríamos a decir que estos relatos han ayudado a modificar el imaginario social sobre la sexualidad de hombres y mujeres especialmente los jóvenes de este país. En algunos de estos productos, como el caso del *Chacotero Sentimental*<sup>1</sup>, se adoptaba la textualidad inmediata de los relatos, concretando la apertura de un espacio público para difundir lo privado; lo cual también nos demuestra la disposición del habla privada para instalarse en lo público. Además, estos ejemplos también nos indican que la

---

<sup>1</sup> Programa de radio, consistente en un consultorio sentimental, donde los jóvenes relataban especialmente sus experiencias sexuales.

proliferación de discursos sobre la sexualidad, en este país y en estos momentos, emerge con mayor fuerza desde las instituciones mediales que desde otras instituciones.

## **La publicidad**

Como señala Weeks, en los ochenta el sexo se convirtió en un medio para venderlo todo, desde cualquier auto hasta los detergentes y las imágenes de la sexualidad femenina proliferaron en formas cada vez más explícitas (Weeks; 1993). No es nuestro objetivo dar cuenta sobre lo que sucede entre mercado-publicidad-sexualidad pero queremos destacar algunas modificaciones que presenta este panorama. Aunque no existen investigaciones sistematizadas que den cuenta del fenómeno, podemos señalar que el uso del cuerpo femenino para la venta de cualquier objeto, si bien no ha desaparecido, ha disminuido.

Dos tendencias pueden haber promovido este cambio. Una, se refiere a los movimientos de mujeres, que a través de las luchas y denuncias han logrado colocar el tema de utilización del cuerpo de las mujeres en lo medial, instalando la problematización de este uso en la agenda social, con lo cual podemos decir que ha gestado cierta conciencia sobre el tema. Un ejemplo, es la polémica generada por la publicidad de Radio Tiempo, la cual promovía su programación con un afiche que presentaba la imagen de una mujer desnuda con la marca de los cortes que se hacen en las carnicería a los vacunos. A esto se le agregaba el slogan de la campaña: “toda la carne a la parrilla”. Los grupos de mujeres reaccionaron y protestaron abiertamente, la polémica llegó a los medios y aunque el director de la radio intentó defender su publicidad, esta finalmente fue retirada. Esto evidencia un cambio.

La otra tendencia que puede explicar los cambios de la publicidad, es las transformaciones adoptadas en el comportamiento sexual de las personas. Estudios sobre este tema señalan que éstos han superado el discurso en el terreno de la sexualidad (Sharim, et. al, 1996). Especialmente en el caso de las mujeres sus comportamientos se han liberado, por ejemplo, hay una mayor exposición cotidiana del cuerpo de éstas. El misterio y/o atractivo de lo excepcional que tenía anteriormente esta exposición también ha disminuido, por lo cual la sexualidad femenina como recurso comunicacional en esta área se complejiza.

## **La radio. El Chacotero Sentimental**

No existe precedente de un fenómeno medial, que se enfocara en la sexualidad y que tuviera el éxito y el impacto del programa radial: del Chacotero Sentimental.

Su primera emisión fue en la primavera de 1996. Inicialmente, diseñado como un consultorio sentimental dedicado a jóvenes de clase media alta, donde se controlaba el

número de llamadas, evolucionó a ser el programa de mayor sintonía en horario vespertino, a nivel nacional. Difícilmente podemos encontrar a alguien en Santiago de Chile que no tenga referencia de su presentador: el Rumpi.

El programa quebró los prejuicios sobre la reflexión de la impermeabilidad de los medios para incorporar los discursos de la gente. La reproducción en tiempo real de diversos discursos diariamente demostraba a fondo la participación de los jóvenes, esa que tanto las políticas de Estado y los partidos políticos dicen soñar y soñar. Miles de relatos, daban cuenta de amplios repertorios de comportamiento sexual, de conflictos de pareja en esta área, de distintas orientaciones sexuales, de tabúes, de abusos sexuales, de violencia. La narración de la intimidad extrema. Mucho se ha usado el enfoque de la confesión y de posibilidad de ocultamiento que ofrece la radio. Pero creo que no son estas aproximaciones las que explican el fenómeno medial que produjo este programa.

La excepcional capacidad del Rumpi para dialogar y tratar estos temas fue central en la construcción y permanencia del programa. El enfoque para analizar las distintas situaciones era esencialmente medial, en él primaba la emoción y la entretención. Por ejemplo, cada relato era complementado por un disco seleccionado especial para la ocasión. De lo sabido el programa no tenía censura, más allá de la que estipulaba su propio presentador. Si bien daba información y ciertas normas básicas, estas tenían que ver principalmente con la prevención y no una moral docta.

Muchos jóvenes eran escuchados y podían relatar sus experiencias, sobre una temática sin registros públicos desde la cotidianidad. Sin que sus comportamientos fueran estigmatizados como podrían serlo en los otros espacios supuestamente disponibles para hablar del tema tales como la Iglesia, la escuela y los padres. Por lo cual, este espacio medial se relacionaba principalmente con la libertad de poder hablar, de llorar, de contar cosas, de preguntar, de opinar, etc.

En el *Chacotero Sentimental* se creó un lenguaje que se instaló en la cotidianidad de las personas, un lenguaje que evita el detalle y la descripción. Ambos, elementos nefastos para la censura y para lo medial. Los grados de acercamiento sexual, traducidos a números, no sólo eventualmente previnieron la censura, sino que evitaron lo incómodo y molesto que puede ser el detalle en la descripción de las relaciones sexuales desde el punto de vista medial. Posiblemente un relato muy obvio, hubiese borrado las fronteras que diferenciaban “la chacota” de la pornografía. El lenguaje y la representación pornográfica es altamente descriptiva, su identidad es el detalle. El exceso del detalle, en la representación de la sexualidad, lo que Gubern denomina como “documental fisiológico” (Gubern, 2000). En el relato de la sexualidad el hiperrealismo es incómodo. El año 2000 el programa cesó sus transmisiones, esto no tuvo relación con el rating. Después de cuatros años de transmisión diaria, el programa agotó más a su presentador,

que a su literal “audiencia activa” que seguía siendo tan numerosa como en sus inicios y que mantenía su interés con la misma fuerza por escuchar y participar en el programa. En su discurso de despedida, el Rumpy señaló “Creo que después de todos estos años hemos contribuido a la tolerancia en un país intolerante”. Lo que dijo es cierto, el programa fue un ejercicio de tolerancia para muchas personas que se expusieron al habla pública de repertorios sexuales que no habían tenido difusión en los contenidos mediales tradicionales. Fuera de una tesis de un estudiante de periodismo que da cuenta de este fenómeno medial<sup>2</sup>, no existen referencias investigaciones sobre el programa. Desde los estudios sociales, se dejaron pasar los discursos sobre intimidad que difícilmente o nunca podrán conseguirse (en esa cantidad y con esa textura) a través de grupos focales y/o entrevistas en profundidad.

### La prensa escrita: The Clinic

El The Clinic tiene una génesis como diario alternativo. En el año 1998 nace como expresión puntual de un período histórico y determina su nombre las circunstancias de detención de Augusto Pinochet en Londres. En ese momento era repartido gratuitamente y tenía un formato de producción similar a la de un folletín. The Clinic impacta la escena medial, agrega a esta un enfoque hasta el momento inexistente haciendo confluír temas de derechos humanos, con humor y sexo, instalando así una diversidad tanto en los temas que trataba, como en la forma de tratamiento.

Este diario irrumpe con humor e insolencia. Su bien establecido compromiso es con los derechos humanos, (especialmente los pasados a llevar en la dictadura). Su eje de crítica y denuncia es Pinochet. Desde una lectura política tradicional, este medio se puede interpretar como una ayuda de memoria a nuestra amnésica historia reciente o como un espacio que valoriza los grupos que defienden los derechos humanos. Pero desde una perspectiva de género, y con relación al tema de la sexualidad, es un diario que contiene discursos sexistas, machistas y homofóbicos que no reflejan una reflexión y elaboración sobre el tratamiento de la sexualidad. Se podría explicar, que ésta no es un área de compromiso del periódico.

Sin embargo, cuando este diario se va consolidando en el tiempo, se nota la configuración de sus intereses y su formato y uno de ellos es el tratamiento de la sexualidad. En el tratamiento de la sexualidad The Clinic ha reunido una amalgama de discursos, que como hemos señalado, muchos de ellos son de un corte sexista, pero también podemos establecer que éstos han transformado la presentación de la sexualidad en los medios.

---

<sup>2</sup> Confesar el sexo en Chile. El chacotero sentimental. Carlos Concha. Tesis para obtener grado de licenciado en comunicaciones. Universidad Diego Portales. 2002.

Primero, porque ha puesto el tema de la sexualidad junto a otros discursos de contenidos políticos intocables, como es el de los desaparecidos y el de las torturas en la dictadura. En esta “irreverencia” se fundamenta un enfoque innovador que sí da cuenta de transformaciones y desórdenes en esta área.

También ha sido pionero, en el tratamiento medial de la sexualidad al reivindicar la pornografía –uno de los temas más vedados y provocador en esta área–. The Clinic tiene una columna donde supuestamente una mujer escribe muy explícitamente sus gustos y prácticas sexuales. Da la impresión que esta historias tienen bastantes elementos de ficción, su aporte es que a través de ellas se está ampliando un repertorio de relatos sobre la sexualidad en lo público instituido, de circuito masivo como es este periódico. También en este terreno Otro elemento disruptor y diferente que ofrece el The Clinic es una sección dedicada a las críticas de cine pornográfico. En segmento se evalúa, recomienda y da datos sobre este género. De esta forma lo saca de los circuitos cerrados y de ghetto en que se mueve este tipo de producción en estos momentos.

Muchas de estas notas se refuerzan con material fotográfico provocativo, en el sentido que desafían los acuerdos y las normas mediales establecidas. Por ejemplo, en algún momento, publicó en su portada la fotografía de un hombre desnudo, aunque era una antigua foto de los años sesenta, causó impacto en lo público y lo medial porque se esperaba que fuera censurada<sup>3</sup>. En ese sentido The Clinic ha logrado desordenar las reglas establecidas de la producción medial, y aunque hace falta estudios más amplio para afirmar que modificó el tratamiento de noticias en general, creemos que ha dejado huella y ha aportado en la liberación del tratamiento de estos temas en el panorama comunicacional.

Finalmente, se destaca de la propuesta de The Clinic por lograr instalar si bien entre medio de lógicas tradicionales del tratamiento de la sexualidad, temas disruptores que a través del humor y de lo lúdico han creado nuevas narraciones en esta área. A lo mejor no es la forma que muchos desean que la sexualidad sea tratada, sin embargo con las características que este medio mantiene se ha asegurado un puesto por su aporte a la diversidad en los medios de comunicación, espacios tan dados a mantenerse y renovarse siempre en lo mismo.

### La prensa escrita: La Tercera

Aunque no dé cuenta de transformaciones en lo medial, deseo mencionar la publicidad en el inserto de clasificados que ofrece diariamente el periódico La Tercera. En estos clasificados la oferta se focaliza en la transacciones sexuales y la oferta de espacios para los encuentros íntimos. La pertinencia de mencionarlo en este artículo se fundamenta

---

<sup>3</sup> En Chile existe restricción para las portadas de las revistas eróticas.

en que estos avisos están instalados en un espacio público a través de un medio muy tradicional e institucionalizado como La Tercera. Además, en los contenidos de estas ofertas podemos encontrar un despliegue de lo que está teniendo lugar, en algunas de sus dimensiones, de las prácticas sexuales en la sociedad chilena.

Estos avisos presentan un relato de lo que sucede en el mercado local de la sexualidad. Y dan cuenta de ciertos fenómenos que podemos percibir como cambios que se expresan en un contexto de globalización y modernidad. Los avisos más numerosos se refieren a los servicios de saunas. Desde un saber popular, todos hemos modificado las antiguas connotaciones relacionadas a la salud que tenían estos espacios, que ahora son una metáfora para un espacio clandestino para el ejercicio sexual. Así, los servicios de masajes tradicionales exigen especificar explícitamente que no incluyen transacción sexual.

La segunda oferta de este inserto se refiera abiertamente al comercio sexual de personas. Así hombres y mujeres, de todas las razas, de diversas nacionalidades, solos o en grupos, se ofrecen para tener encuentros sexuales, tanto heterosexuales como homosexuales. Si bien la diversidad de la oferta es amplia, lo que más llama la atención es la interculturalidad de ésta. El tema de la nacionalidad, ser extranjero, surge como una propiedad deseable que agrega algo a la transacción. Mas allá de lo anecdótico, este último elemento nos evoca uno de los fenómenos de la globalización que se refiere a la apertura de las rutas del tráfico sexual. Se suma a esto la tradicional oferta de moteles, que da alguna forma nos siguen dando cuenta del ejercicio de una sexualidad furtiva, casual y clandestina.

Los clasificados del periódico de La Tercera, nos llaman la atención porque están ahí, y nos está señalando un ejercicio y comportamiento de la intimidad de los chilenos que no tiene registro en los estudios sobre sexualidad realizados hasta el momento. Las encuestas desarrolladas por las instituciones presentan porcentajes muy bajos sobre comportamiento sexuales alternativos. Entendiéndose éstos como baja declaración de infidelidad y de encuentros con parejas del mismo sexo. En este sentido, estos clasificados son una rica fuente de información y posiblemente si se profundiza y amplía con las ofertas de otros espacios que también existen, puede esto constituirse un buen elemento para investigar.

### **La televisión: Los realities**

Finalmente, no se podría omitir el género de reality show como uno de los últimos fenómenos de la televisión chilena que, si bien no se refiere expresamente a la sexualidad, ha intensificado la representación de la vida privada y la intimidad de las personas, en este caso de un grupo de jóvenes<sup>4</sup>. La forma de producción de estos programas ha permitido que la mayor parte de lo que sucede en ese “espacio personal” esté en exhibición.

<sup>4</sup> Me refiero a “Protagonistas de la Fama” reality de gran éxito producido el verano del 2003 por el canal de la Universidad Católica.

A través del reality show se extrema un proceso que contiene una domesticación de la privacidad. Si existía algo no tocado por la televisión era la exposición de la vida cotidiana en tiempo real. En el cine, sí se han realizado proyectos experimentales como el caso de Andy Warhol, que tenían que ver más con la reproducción de tiempos reales y con algunas situaciones domésticas. El reality show toma la realidad, “muestra lo real” a destiempo, la modifica a través de la edición y la “modula visualmente” de una forma que anteriormente no se había hecho y la exhibe. La reproduce visualmente a grandes espacios públicos. Esto es lo que se ha denominado como un proceso de domesticación medial: se toma un pedazo de realidad, de la intimidad, se interviene medialmente y se hace pública. En este sentido, el proceso de domesticación implica domar y cultivar lo salvaje, “lo virgen” desde el punto de vista medial como es la representación de la vida cotidiana desde lo no ficcional.

Lo que hace el reality show no es representar los relatos de vida cotidiana si no que los domestica. O sea captura una situación dada y la transforma en producto, producto medial como cualquier otro de mercado.

Esta domesticación significa una apropiación y manipulación, pensada como intervención por parte de alguien, desde un sistema específico y en ciertos marcos de intención dirigida. En este sentido se traduce en la captura y representación de la intimidad, en un contexto definido por una política medial inserta en ciertos intereses: de producción, de creación, comerciales, competencias, etc.

### **3. CONSIDERACIONES FINALES**

#### **La relevancia desde lo social**

El último informe de PNUD (Programa de Desarrollo Humano de la Naciones Unidas) del año 2002 da cuenta sobre los chilenos y los cambios culturales que han tenido que enfrentar como resultado del proceso de globalización. El informe señala que la mayoría de estos cambios tienen lugar en el área de la vida cotidiana, en el mundo privado de las personas. Ahí, es donde se centralizan las preocupaciones, los intereses, los conflictos y demandas de la ciudadanía y en este territorio, de la subjetividad, donde se instalan las mayores molestias e incomodidades de las vivencias en nuestra actual sociedad.

También se señala que teniendo como marco un proceso de individualización, donde las personas deben definir por cuenta propia no sólo quienes son, sino que también qué es lo que debe hacer los recursos que puede ofrecer la sociedad, se perciben como escasos y la política tradicional como los partidos políticos y como el Estado Nacional

han perdido su calidad de referentes y constructores de sentidos individuales y no han podido responder a las preocupaciones del mundo subjetivo de las personas.

Uno de los resultados de esta situación es el resquebrajamiento del sentido de comunidad y de identidad colectiva que señala el informe. Sentir como “nosotros los chilenos” se presenta como uno de los más importantes desafíos para política social y para el logro de este objetivo se propone como camino el vincular (nos), construir experiencias sociales de acción colectivas a través de procesos de articulación social. Como tarea esto significa reconocer y aceptar el impacto que tiene la vida privada sobre la vida social. Que los diferentes estamentos de la sociedad asuman la importancia que tiende los temas privados que le interesan a la sociedad en su conjunto.

“Fortalecer los vínculos sociales supone la existencia de espacios donde la vida personal sea también parte del hablar de la sociedad. Esto exige que la sociedad desarrolle los lenguajes adecuados para hablar públicamente sobre esos temas. Una relación mas fluida entre vida privada y conversación publica permitiría que las personas contasen con más recursos para enfrentar los desafíos que allí presenta. Esto permitiría que las personas reconocieran en lo público la presencia de sus propias vidas. Sólo así se construye un Nosotros que sea verosímil” (PNUD, 2002).

Posiblemente lo que señala este informe permite comprender uno de los aspectos que de cuenta sobre el enorme éxito que tiene un programa como los que hemos mencionado: *Chacotero Sentimental* y *Protagonista de la Fama*. Los medios están respondiendo al desafío que menciona el informe. Las numerosas audiencias y el significativo rating pueden leerse como signo del requerimiento de referentes sobre la vida privada. Podemos pensar que los medios han encontrado los lenguajes apropiados que convocan y esto se demuestra a través de la participación y el rating. En estos productos mediales la gente puede verse y reconocerse. De esta forma serían los medios de comunicación chilenos en Chile el lugar donde se están resolviendo esas necesidades, ya que otras instituciones no lo están haciendo.

Esta reflexión nos conduce a complejizar la evaluación sobre cómo los medios está representando estos temas. Lo que significa que los medios no necesariamente deben *adjudicarse todo el éxito* como resultado de “buena formula” de producción. Eso implicaría explicarse los fenómenos mediales aislados del contexto político-social-culturales en los cuales los medios están inmersos. También tiene que ver, tanto o más, con lo que sucede en otros escenarios fuera y lejos de las pantallas y con la producción medial misma. Tiene que ver entre otras cosas, como señala el informe, con la ausencia de otros espacios que convoquen y produzcan sentidos. Tiene que ver con las largas y agotadoras jornadas de trabajo que las personas tienen durante el día.

Tiene que ver con la ausencia de referentes para construir su vida cotidiana. Con el individualismo, que ha afectado a las personas y familias. Con la incompetencia de otras instituciones y organizaciones de responder a las necesidades de las personas.

## La importancia de lo lúdico

Ulrich Beck señala que “sufrimos de libertad no de crisis”, esto refiriéndose al desapego de los jóvenes en la participación de la política tradicional. La cual no la relaciona con el derrumbe de valores sino con un nuevo ejercicio de libertad por parte de la juventud. En este análisis, Beck sostiene que “la juventud ha encontrado algo para sí con lo que puede hacer entrar en pánico a los adultos: ese algo es la diversión –deporte diversión, música diversión, consumo diversión, vida diversión–”. Agrega que como se practica la política, nada tiene que ver con diversión, sino por el contrario, parece ser un infalible aguafiesta. Este autor avisa que la diversión es aparentemente apolítica, pero que ahí subterráneamente se encuentra la oposición de base de la “política antipolítica juvenil. Los jóvenes, a través de la diversión son “activamente apolíticos”. Y en este afán de diversión también están veladamente las energías subversivas y de la ironía de los jóvenes (Beck; 1997).

La diversión y la entretención, en la cultura occidental, han estado cargadas de un sentido moral crítico. Por lo tanto ha habido una desvalorización social sobre el entretenimiento, que en sus recovecos se puede visualizar la mirada ceñuda dirigida hacia el placer. “Aquellos que reflexionaron sobre la risa y el placer, sólo encontraron señales diabólicas”<sup>5</sup>. Esto ha dejado huella en la factura de los estudios sociales y una dimensión del análisis de los productos de los medios de comunicación han sido objetivo o víctimas de este enfoque.

Es relevante, aquí, el recuperar el aporte de los medios, refiriéndonos especialmente al programa de radio del Chacotero Sentimental y al The Clinic. Ambas producciones mediales tuvieron la capacidad de construir y desarrollar un discurso sobre la sexualidad modulado por lo lúdico, la entretención, logrando divertir y alegrar a sus públicos. Además desordenaron el panorama medial, y por lo tanto cultural, de las representaciones de la sexualidad en lo público. Diversión y desorden, ambos elementos constitutivos de la sexualidad, generalmente olvidados y abandonados por los discursos que producen sobre el tema las otras instituciones sociales.

---

<sup>5</sup> Dolf Zillmann y Jennings Bryant “El entretenimiento como efecto de los media”. En: Los efectos de los medias de comunicación. Paidós. España.