

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
ESCUELA DE POSGRADO



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DEL PERÚ

*El imperativo de goce en la “televisión basura” del Perú
contemporáneo*

Tesis para optar el grado de Magíster en Estudios Culturales

AUTORA

Angela Cristina Bueno Valencia

ASESOR

Víctor Vich

JURADO

Alex Huerta

Guiliana Cassano

Lima –Perú

2017



ÍNDICE

Introducción

Capítulo 1: El goce perverso del macho latino en el ejercicio del poder

Construcción del personaje transgresor en la vida mediática

1. La mirada que convoca como amo y como súbdito.
 - 1.1. El poder de la mirada para subalternizar
2. El chisme, la palabra como herramienta para subalternizar a alguien
3. Subalternización del otro como enemigo. Construcción y destrucción de corporalidades e identidades
 - 3.1. Subalternizar al otro de raza hegemónica.
 - 3.2. Subalternización y feminización
 - La mujer o la mujer objeto
 - La autocosificación de la mujer
 - La exigencia de la belleza como mecanismo de dominación
 - 3.3. La subalternización y destrucción simbólica del otro de clase hegemónica mediante la feminización.
 - El poder masculino pasa o no por la virilidad
4. El goce perverso en el ejercicio del poder y la subalternidad

Conclusiones

Capítulo 2: La búsqueda por el éxito - El goce del individualista narcisista.

El formato *reality*

1. La cosificación del cuerpo: el cuerpo como mercancía y como prueba del éxito
 - 1.1. El cuerpo sometido al imperativo del éxito
 - 1.2. La belleza extrema: negar y moldear el cuerpo para encajar
 - 1.3. El cuerpo como marca de diferenciación social, imitación
 - 1.4. Ajustarse a los patrones a cualquier precio
 - 1.5. Veneración de la transformación del cuerpo para alcanzar un ideal
2. La vida personal e íntima como herramienta para el éxito
 - 2.1. El amor funcional
 - 2.2. La maternidad parte del éxito femenino
3. El goce obsesivo por el éxito, cuál es el límite para el narcisista, individualista

Conclusiones

Capítulo 3: El goce sacrificial

El apoyo social y la construcción de la víctima

1. El sí de la víctima, construcción e ha internalización de la posición de victima
 - 1.1. La sumisión de la víctima
 - 1.2. El otro de clase como un grupo social alejado
2. Construir la figura del héroe: La grandiosidad del héroe
 - 2.1. El héroe que no encaja con el común de los mortales
3. La tragedia, destino y religión
4. El goce en el amor como sacrificio
 - 4.1. La demanda de sacrificio
 - 4.2. El Goce Sacrificial

Conclusiones

Cierre





***Dedicatoria:** A mi madre y a mi padre, por todo el amor, apoyo, por enseñarme a ser feliz y disfrutar la vida, con mucho amor para Juana y Ramiro.*

A mi asesor Víctor Vich, por sus enseñanzas, el aliento, el entusiasmo y la confianza.

Introducción

Hoy en día la proliferación de nuevos medios de comunicación masivos, la publicidad y la tecnología, refuerzan la importancia de estudiar las imágenes y su relación con el entramado social. Dentro de los principales medios de comunicación visual que se han impuesto a nuestras vidas como algo habitual y cotidiano encontramos la televisión, que, siendo la pionera de estos medios, no ha perdido vigencia frente a los nuevos espacios visuales como el Internet, sino por el contrario, gracias al Internet y su masificación, ha logrado alcanzar una mayor difusión y cobertura. Prueba de ello es que la señal de la mayoría de canales de televisión nacional se reproduce en vivo en Internet y buena cantidad de programas hace uso de varias redes sociales virtuales para lograr mayor difusión y participación del público.

El predominio de la televisión, sobre los demás medios de comunicación, radicaría en su cotidianidad, resultado de la gratuidad del servicio y del fácil acceso en comparación con otros medios, ya que la señales nacionales no requieren pagos adicionales y tampoco requiere habilidades particulares para su manejo a diferencia del Internet, que demande de un conocimiento especializado, esta facilidad en el acceso ha logrado que varios miles de televidentes enciendan el televisor casi de manera inconsciente y automática. Esta masificación de la televisión, es un fenómeno que suscita el interés de académicos y expertos, preocupados en los contenidos y su relación con el orden social, ya que algunos de sus contenidos son criticados y juzgados como inadecuados, baratos, basados en polémicas, morbo y discusiones, y se sostiene que su consumo constante puede llegar a ejercer cierta influencia negativa sobre el sujeto y la sociedad. Este suceso ha llevado a considerar la televisión y ciertos de sus contenidos como “un problema social”.

Sartori remarca esta influencia y casi llega a considerar la televisión como determinante de la evolución humana, responsable de la existencia de un ‘hombre video-formado’, aquel que, a través del intenso contacto desde una edad muy temprana con la televisión, sería forjado como video-dependiente (1998). Sin ir a tales extremos, reconozco la importancia de los contenidos televisivos en la formación de lo social, y propongo indagar en la producción televisiva, teniendo en cuenta el par *producir* y *ser producido* (Eagleton 2001: 16), es decir, reflexionar sobre la producción televisiva no solo como objeto cultural que reproduce, refuerza y transforma patrones sociales, sino además como un reflejo de la época. En esta tesis mi interés es un tipo particular de

programación televisiva, que despierta posturas antagónicas; por un lado, es criticada, condenada y desdeñada y por otro es masivamente difundida y admirada. Nos referimos a la denominada “televisión basura”. Pero ¿qué hace que un programa sea calificado como televisión basura o excluido de esta denominación?

En realidad, creo que no existe un concepto preciso o único sobre tal término, sino más bien diferentes pensadores, y el público televidente le atribuyen una serie de características diferentes. Por ejemplo, para Arboccó y O’Brien, la televisión basura “está caracterizada por explotar el morbo, el sensacionalismo y el escándalo como factores de atracción de la audiencia” (2012: 44). Para Gustavo Bueno, filósofo español, este tipo de programación televisiva “se caracteriza por su mala calidad de forma y contenido, el predominio de la chabacanería, la vulgaridad, el morbo e, incluso la obscenidad y el carácter pornográfico” (2003: 6).

A partir de mi observación personal y tomando en cuenta la posición de algunos académicos, coincido con ciertas características comunes, citadas por Arboccó y O’Brien, de la *tele basura* a nivel mundial:

La tele basura está asociada a la violencia, al escándalo, el chisme, la burla, la ironía; la banalización de temas sociales, el uso del dolor, accidentes, enfermedades, desastres naturales y la miseria humana como espectáculos; la cosificación y exposición del cuerpo femenino, irrespeto de la persona, su intimidad y su honor; la manipulación de la información, opinión parcializada, difusión de rumores, y un largo etc. (2012: 45).

Sin hacer un análisis exhaustivo de la televisión nacional, sin duda podemos afirmar que varias de estas características son comunes en la televisión nacional.

Frente a estos contenidos hoy en día, gran parte de la población mundial y sobretodo la nacional, la que más nos interesa, manifiesta su completo rechazo a la denominada televisión basura. En el entorno nacional, por un lado, la opinión popular expresa su desagrado con comentarios, manifestaciones o marchas de protesta, que invaden las redes sociales y las calles. Prueba de ello podemos citar el último evento popular en contra de la televisión basura, la marcha del 27 de febrero del 2015. Esta protesta fue convocada desde una página en *Facebook*, denominada “*No a la TV Basura en el Perú*”. Como se señala, en diario Perú 21 (versión online)

El objetivo principal de esta intervención era exigir el cumplimiento del artículo 40 de la Ley de Radio y Televisión N° 28278, artículo que regula el horario de protección del menor. La marcha se concentró inicialmente en el campo de Marte y

luego se desplazó a los principales canales de televisión como Panamericana Televisión (avenida Arequipa). Luego de ello, los manifestantes se desplazaron hasta la sede de América Televisión (en la urbanización Santa Beatriz), ambos canales protegieron sus instalaciones con estructuras metálicas o con la presencia del personal de la PNP y agentes de seguridad privada. Finalmente, la marcha se desplazó hasta los exteriores de la sede en donde se realizaba el *reality Esto es guerra* (Perú 21 “#TVbasura: Así fue la marcha contra la televisión basura”, 2015).

En esta marcha participaron agrupaciones independientes, padres de familia, jóvenes y adolescentes. Sin embargo, es de destacar la participación del Colegio de Psicólogos del Perú, la Federación de Periodistas del Perú y el Colegio de Periodistas de Lima, quienes encabezaron la protesta (Perú 21 “#TVbasura: Así fue la marcha contra la televisión basura”, 2015). Desde mi perspectiva la presencia de estos intelectuales, nos permite constatar cómo la crítica y posición de algunos personajes, que gozan de cierta credibilidad, sirven para dirigir o influenciar la posición popular, la cual a su vez se siente respaldada por la postura de dichos académicos. Por ello considero que la categorización de “televisión basura” recae sobre todo en los pensadores y críticos de la época. Razón por la cual indagaré en este tipo de comentarios.

Desde hace muchos años, académicos y pensadores reconocidos usan columnas de opinión y editoriales, como plataformas para pronunciarse en contra de estas producciones, y culpan a la educación, al Estado o a los canales de televisión de pretender idiotizar a la población. Estos comentarios estarían alineados a la posición de Sartori, que subraya la influencia de la televisión y la responsabiliza de la decadencia del homo sapiens, que sufriría una crisis evolutiva caracterizada por la pérdida de conocimiento y de la capacidad de saber (Sartori 1998: 37-65). Este tipo de pensamiento ha llevado a ciertos intelectuales peruanos incluso a etiquetar a las personas que consumen la denominada “televisión basura” como personas tontas o “ignorantes” y responsabilizan a la producción televisiva nacional de “estupidizar al televidente”. Por ejemplo, César Hildebrandt afirma que “la televisión peruana ha creado una **muchedumbre analfabeta**, adicta a lo más barato con programas salidos del estercolero” (2003), en la misma línea de ideas, Marco Aurelio Denegrí añade “Responsable, no única, pero sí principalísima de esta **bestialidad**, de este **embrutecimiento**, es la televisión comercial. La persona bruta, o la que ha sido embrutecida por la televisión, no puede desarrollarse ni progresar” (2004). Estos contundentes comentarios que relacionan la poca educación y la “tele-basura” no sólo son expresados por periodistas, sino también por personalidades de las ciencias y el arte.

Por ejemplo, como recuerdan Arboccó y O'brien, al psicólogo Leopoldo Chiappo que señala que la televisión “Por ser comercial, gratifica las malas costumbres de los sectores no educados, refuerza los mecanismos de ineducación” (2012: 52). En estos comentarios, se hace evidente una división de la sociedad en personas educadas y no educadas, llegando incluso a considerar estas últimas como bestias, ya en el último comentario, queda claro que existe un sector socio-económico no educado.

Como se observa, las críticas a la televisión basura, no solo se limitan a descalificar la programación televisiva, sino también a quienes la consumen. De ello podemos desprender que el rechazo a la televisión basura se extiende a los consumidores de la misma, es decir, a los supuestos sectores no educados, lo que se traduce en dos situaciones la primera estaría relacionada con la “basurización simbólica” referida al asco cultural y a la otredad; como señala Silva Santisteban, este fenómeno marca distancias entre personas en relaciones de jerarquía y conlleva al rechazo de otros miembros de un mismo cuerpo social o nación, “el asco crea basura, y la basura sirve para crear dos sectores diferenciados: los limpios que la desechan y los sucios que viven en ella” (2009: 59-60). Entonces, desde esta posición los consumidores de televisión basura se convierten en los despreciados, y quedan calificados como “basura social”, ya que son rechazados por aquellos sujetos limpios, cultos que no la consumen, sino más bien la censuran y critican, situación que contribuye a afianzar las brechas ya existentes en la sociedad peruana. Recordemos que, en el imaginario colectivo nacional, se cree que este tipo de programación es consumida exclusivamente por el sector D-E, por eso se haría alusión a la poca preparación, pero, como veremos más adelante, esta es una idea equivocada, puesto que el consumo de este tipo de televisión no es exclusivo de dichos sectores.

Sin embargo, ni las críticas de los académicos, ni el rechazo de cierto sector de la población frente a la “televisión basura”, han podido frenar el constante incremento de programas de este tipo, que invaden todos los canales, todos los horarios y están dirigidos a todos los públicos y sectores. Para ilustrar este punto, tome como ejemplo la programación de lunes a viernes de Frecuencia Latina: de los 13 programas diarios, 3 de ellos son noticieros, 4 telenovelas y 5 podrían ser calificados netamente como televisión basura pura. Es interesante precisar los horarios de las producciones de televisión basura, pues gracias a ellos podemos constatar que estos programas son de larga duración y acaparan más de la mitad de un día de 24 horas: de 9 a.m. a 12 a.m.

Espectáculos, de 2 p.m. a 4.30 p.m. *Amor amor amor*, de 4.30 p.m. a 7.00 p.m. *Bienvenida la tarde*, de 7.00 p.m. a 9.00 p.m. *El último pasajero*, de 12 p.m. a 1.00 a.m. *La noche es mía* (programación extraída de la página oficial de Frecuencia Latina al 15 de mayo de 2015). Además, no hay que ser un experto para afirmar que las telenovelas y los noticieros también comparten ciertas características con la televisión basura, como señalan Alonso y Arzoz cada día se hace más difícil distinguir entre “tele basura” y algo diferente de ella, ambos autores llegan a afirmar que la programación entera deviene en “tele-basura”, incluso se ha inventado la basura estéticamente inodora, apta para consumidores escrupulosos e informados (2007: 92).

Otro factor determinante de la importancia de la televisión basura es el *rating*, ya que este es reflejo de que un programa es foco de atención social (Sánchez 2013: 200), los índices de sintonía en nuestro país prueban que los programas denominados como “televisión basura” lideran e incluso acaparan la audiencia; podemos citar el *rating* del jueves 11 de febrero del 2016 (Kantar IBOPE Media - consulta 10 de agosto de 2016)

PROGRAMAS	CANALES	RÁTING
"Ven, baila, quinceañera"	América TV	23,9
"Esto es guerra"	América TV	20,1
"Pasión y poder"	América TV	16,2
"Amor prohibido"	Latina	14,7
"Sila cautiva por amor"	América TV	13,7
"El secreto de Feriha"	Latina	13,5
"América Noticias"	América TV	11,2
"Amor, amor, amor"	Latina	10,5
"90 central"	Latina	10,5
"Yo no me llamo Natacha"	América TV	10,4

Como se observa en el cuadro, los programas denominados como televisión basura, ocupan los dos primeros lugares de la lista, juntos suman más de 40 puntos. Además, dentro de los 10 programas de la lista, el predominio de la programación de este tipo es innegable, ya que 8 de ellos incluidas las telenovelas, pueden ser denominados como parte de la tele-basura, los otros dos programas son noticieros y a pesar de que podrían ser considerados los más distantes dentro de esta categoría, también comparten y explotan las características del formato tele-basura. Igualmente, debo destacar que cada punto de *rating* equivale a 70 mil personas, entonces 23 puntos de *rating* son más de millón y medio de personas, en este sentido queda demostrado la gran cantidad de

audiencia que convoca este tipo de programación. Otro dato adicional del *rating*, que evidencia la importancia de reflexionar sobre este tipo de programación, son los índices de audiencia disgregados por edades, en ellos se identifica el gran número de niños y adolescentes que forma parte de la audiencia de programas como *Esto es guerra*. Este público resulta más vulnerable a los contenidos televisivos ya que están en un proceso de formación (Kantar IBOPE Media - consulta 10 de agosto de 2016).

Esto es Guerra	Perú HM 03-10	Perú HM 11-17	Perú HM 18-25	Perú HM 26-37	Perú HM 38-49	Perú HM 50+
2013	9.5	9.8	6.5	6.7	5.0	5.1
2014	10.2	10.3	7.1	8.8	6.7	7.2
2015	9.3	9.9	6.3	8.2	6.5	7.2

La proliferación de programas de este tipo se debería al poco presupuesto que requieren para su producción y, al respaldo incondicional de gran cantidad de admiradores, fanáticos, y concurrentes a *castings* y a cuanta convocatoria aparezca, lo que se traduce en altos índices de *rating*, anunciantes y ganancias. El propósito del presente trabajo de investigación es indagar en los mecanismos que condicionan o propician el consumo de este tipo de programas. Considero que la mejor manera de llevar a cabo este cometido, siguiendo a Žižek, es preguntarse por el goce, pues no vemos estos programas como parte de una decisión racional sino pasa por cómo gozamos. Esto me ha llevado a profundizar en los contenidos de una serie de programas clasificados dentro de la categoría de televisión basura, para indagar en el tipo de goce particular que satisfacen. Asimismo, me interesa develar a qué tipo de sujeto satisfacen los goces propuestos por estas producciones y qué estructuras sociales refuerzan. Mi pregunta central es, entonces, “¿Qué goces hay en estos programas y como se alinean con los mandatos o imperativos sociales de la época?”

Continuando con el Goce y el consumo de televisión basura, Bourdieu, señala que el gusto y el consumo pueden ser actividades diferenciadas en relación a las clases sociales (1998). Con respecto a este tipo de programación televisiva encontramos que públicos de sectores socio-económicos diferentes consumen el mismo producto. (Kantar IBOPE Media - consulta 10 de agosto de 2016).

PROGRAMAS	Rating 2015		
	Perú HM AB	Perú HM C	Perú HM DE
EL GRAN SHOW	5.9	5.6	4.9
ESTO ES GUERRA	4.9	7.1	10.0
LA NOCHE ES MIA	3.4	2.4	1.9

Fuente de los datos: Kantar IBOPE Media.

Como se observa en el cuadro anterior, los sectores sociales D y E, no son los únicos, ni son siempre los que más consumen este tipo de televisión, el sector A-B, contrariamente a lo que se pretende hacer creer, también consume estos programas. Así, el cuadro nos permite observar una marcada diferencia entre sectores, el consumo es mayor o menor en diferentes clases sociales, según el tipo de programa. El consumo del sector D-E es más alto en programas como *Esto es guerra* y en el sector A-B es más alto en programas como *El gran show*. Considero que esa diferenciación estaría relacionada al interés del espectador, cada clase social disfruta el programa de manera diferente, lo que me lleva a presumir que la televisión basura implica distintos tipos de goce para sujetos de clases sociales diferentes.

La televisión basura, como cualquier otro producto cultural ejerce influencia en lo social, así, contribuye a perpetuar y modificar la estructura social; pero además es un reflejo de la época. Es decir, los objetos culturales no son productos aislados de las condiciones de la época, sino están inmersos dentro de la sociedad de consumo, la economía de mercados, la competencia, la eficacia, por tanto, los discursos inscritos en estos programas estarán teñidos de la época y paralelamente los discursos producidos dentro de estas producciones televisivas servirán para construir al sujeto y sus relaciones con el mundo.

Entonces tomando en cuenta las ideas de goce diferenciado y la influencia de la época en los productos culturales, bajo mi punto de vista, el goce que está detrás del consumo de la televisión basura, estaría relacionado a una serie de fantasías ideológicas propias de la época y particulares a cada clase social, habría que recordar en este punto que el deseo realizado en la fantasía, como señala Žižek, es el deseo del Otro (2003b: 162), en este caso, el Otro representa una estructura simbólica, de la cual forman parte los imperativos de la época. Así, las imágenes y contenidos propuestos por la televisión basura, movilizan una serie de deseos relacionados con la fantasía ideológica del poder, la dominación, el control y la subordinación o la fantasía de alcanzar el yo ideal impuesto por la misma sociedad, construido en contraposición del “otro” cosificado o la fantasía de la ayuda solidaria, además cada uno de estos goces serán particulares de clases sociales diferentes. Entonces, desde esta perspectiva, el consumo de este tipo de televisión no se debería a la escasa preparación de los televidentes, como señalan los críticos; sino más bien, a que forma parte de las exigencias de la época, canalizando pasiones y deseos, y también sirve como un mecanismo de liberación y

transferencia de actividades, acciones y reacciones que no somos capaces de asumir y de llevar a cabo en primera persona, por una serie de condiciones de la clase social a la que se pertenece o por el mismo hecho de estar alineados a una fantasía ideológica. Es decir, se trataría del proceso de interpasividad definido por Žižek (1999).

Cualquier investigación que se centre, hoy en día, en el estudio de la “televisión basura” constituye un aporte importante en la comprensión de lo social, ya que nos sirve para dejar al descubierto las estructuras sociales, que propician su consumo, lo que nos permitirá tener un acercamiento y entender mejor el tipo de esqueleto social que impera en el Perú en este preciso momento histórico y cultural. En este sentido, el presente trabajo de investigación representa un intento por desentrañar quién y como es el sujeto, popular o no, que consume la televisión basura, además de tratar de entender como operan los dispositivos y relaciones de poder presentes en estos contextos, identificando los actores que participan en estas relaciones y cuál es la ideología y mandatos imperativos que movilizan y condiciona sus acciones.

La teoría psicoanalítica será la herramienta teórica principal de este trabajo. Por tal motivo, antes de ingresar en la materia creo oportuno introducir algunos conceptos para lograr una mayor familiarización con el texto que se desarrollará más adelante en cada capítulo, entre ellos están el superyó, el goce, la ideología, la interpasividad, y la subordinación.

En primer término, debemos entender el superyó como un yo Ideal, o como la conciencia moral que nos dice que es lo correcto y que no; el superyó de nuestros días “no es el mismo de la época de Freud, aquel ligado a lo prohibido, a la represión, al deber o a la culpabilidad, que suponía la existencia del Otro (Miller, citado en Vucínovich, Romero, Poves y Otero 2011: 510). En estos tiempos, se castiga cuando cedemos a la tentación, y de igual manera si no cedemos a ella; por lo cual “el superyó es a la vez y al mismo tiempo la ley y su destrucción” (Aguirre 2012: 1), la ley superyoica o mandato imperativo de nuestra época, es la de Lacan, aquella que te obliga al goce con la máxima lacaniana: ¡Goza! (Lacan 1972), así, al sujeto posmoderno se le condena la falta de goce y “se culpa por no gozar lo suficiente” (Maresca 2006: 15), lo que el superyó ordena no es el “bien moral”, sino el goce. En este punto, se hace necesario aclarar qué es el goce y dónde radica.

En primer lugar, es preciso señalar que el goce no se limita al plano sexual, ni al deseo, en palabras de Lacan, “gozar de algo es poder usarlo hasta abusar de él [...] *es lo*

que no sirve para nada [...] se plantea como una instancia negativa” (Serge 2002: 206); el goce no es lo mismo que el placer, va más allá de este; en cierto modo, esta enlazado con la energía no descarga de la excitación, por tanto, “ implica un agudo incremento de la tensión al punto de ser intolerable, esta ligado al dolor, al sufrimiento” (Nasio 1998:51), a la energía psíquica que se vive en circunstancias donde se nos pone al límite. Lacan define tres tipos de goces, para nuestro análisis tomare el *Goce del Otro*, felicidad absoluta e imposible que adopta diferentes figuras, es un goce supremo e inalcanzable (Nasio 1998:35-36). El goce no es un estado espontáneo e inmediato, al cual nos encaminamos por decisión propia, sino es una imposición, que se sostiene por un superyó imperativo (Žižek 1999: 137), por un mandato una orden, sintetizada en la máxima lacaniana ¡Goza!” (1972).

De la mano del goce otro concepto transversal a la tesis es la interpasividad, Žižek explica este concepto a través de una serie de ejemplos sencillos como las risas enlatadas o las “lloronas” mujeres que lloran en los entierros, (2003a), en ambos casos, la interpasividad supone el desarrollo de alguna actividad a través de alguien o algo externo al sujeto, en palabras de Žižek “alguien más lo hace por mí” (1999: 131). Otro ejemplo igual de sencillo usado por el mismo autor es “el caso de las ruedas tibetanas de oración, donde un sujeto pone una oración por escrito en una rueda y mecánicamente la hace girar (o, más bien, se une a la rueda del molino que da vueltas), en este caso la rueda ora por el sujeto – o, mejor dicho, el sujeto ora “objetivamente” a través de ella, mientras que su mente puede ocuparse de otras cosas como de los pensamientos sexuales más sucios” (Žižek 2003a). En suma, la interpasividad, puede ser entendida como un proceso de transferencia que nos libera de la acción, de ciertas responsabilidades, y nos permite ocuparnos en otras. El misterio de la transferencia, no solo se limita a las acciones y al plano físico, también involucra los sentimientos y las actitudes más íntimas, como el goce que pueden ser exteriorizados a través de otro (Žižek 1999: 131); mientras yo como sujeto me mantengo pasivo y quedo liberado de tales acciones positivas o negativas, al igual que las responsabilidades derivadas de las mismas; es decir puedo “ser relevado del goce propio y de desplazarlo hacia el otro” (Žižek 1999: 137).

Como recuerda Lacan, el imperativo de la época es el goce, el disfrute y la buena vida (1986). Este disfrute y la buena vida, estaría alineada a los ideales de la época como son la decadencia de los ideales sociales y de las figuras superyoicas, así, hoy en día no

admiramos a los héroes sino a los villanos, a los personajes transgresores. Situación que nos lleva a pensar que para sostener este orden social se necesita un soporte ideológico, que ordene nuestras vidas, en este sentido, me referiré a la ideología como fantasía.

Žižek, ofrece una teoría de la ideología desde el psicoanálisis lacaniano, propone identificar “la ideología en tanto matriz generativa que regula la relación entre lo visible y lo no visible, entre lo imaginable y lo no imaginable, así como los cambios producidos en esta relación” (2003: 7), en otros términos Žižek, establece sus ideas de la ideología sobre la tríada lacaniana de lo real, lo simbólico y lo imaginario (RSI), para el autor, propone pensar la ideología desde el plano de la fantasía como estructura de la realidad social, Hernández retomando a Žižek, precisa donde radica la ilusión ideológica:

[...] la ilusión no está del lado del saber, está ya del lado de la realidad, de lo que la gente hace. Lo que ellos no saben es que su realidad social, su actividad, está guiada por una ilusión, por una inversión fetichista. Lo que ellos dejan de lado, lo que reconocen falsamente, no es la realidad, sino la ilusión que estructura su realidad, su actividad social real. Saben muy bien cómo son en realidad las cosas, pero, aun así, hacen como si no lo supieran. La ilusión es, por lo tanto, doble: consiste en pasar por alto la ilusión que estructura nuestra relación efectiva y real con la realidad. Y esta ilusión inconsciente que se pasa por alto es lo que se podría denominar fantasía ideológica (60-61) (Hernández 2006: 164)

En términos simples, podemos decir que la ideología es una estructura, un orden, una serie de ideas ilusorias que a través de la práctica continua terminan naturalizándose como parte constitutiva del orden social, por tal motivo es crucial para nuestras vidas, como añade Žižek, le da soporte a la realidad, nos da cierta estabilidad, y pueden ser cualquier cosa desde la estructura social hasta las ideas falsas que legitiman un poder político dominante [...] sirve para librarnos de la responsabilidad de actuar, nos permite la posición cómoda de un observador distante (2003: 10-11)

La ideología se sostiene en el creer y perdura a través del tiempo y el espacio, gracias a todo un mecanismo simbólico que Althusser denomina como los aparatos ideológicos del Estado (AIE) (1997: 14). Dentro de estas instituciones, destinadas a sostener la apariencia externa de la ideología; Althusser señala la escuela y la iglesia, entre otras, en nuestro caso, los medios masivos como la televisión, el internet, redes sociales virtuales y la radio, forman parte de estos aparatos destinados a sustentar y perpetuar la ideología.

Como veremos en el análisis de las secuencias, algunos sujetos no hablan por sí mismos, sino es otro quien permite que se escuchen sus voces. Este hecho nos lleva a

recordar la interrogante de Spivak: ¿puede hablar el subalterno?, la pregunta que plantea este autor, no hace referencia a la actividad física del hablar, sino Spivak cuestiona la imposibilidad del subalterno de hacer escuchar su voz dentro de un sistema de dominación (2003). Esta imposibilidad se debería a la existencia de voces y propuestas autorizadas que hablan por el subalterno, tratando de reposicionarlo, de darle un lugar, sin embargo, estas voces siempre son una interpretación desde una posición de la élite, y no desde la posición del subalterno, ya que no tiene un lugar de enunciación dentro del discurso oficial; situación que refuerza y perpetúa la dominación y la condición de subalternidad.

En este punto es pertinente definir la categoría de subalterno, en términos de Ranajit Guha, la subalternidad es una condición de subordinación, entendida en términos de “clase, casta, género, oficio, o de cualquier otra manera” (Guha/Spivak 1988: 35). Vich y Zavala se refieren al sujeto subalterno como aquel “sujeto relacional construido por la jerarquía y con una real asimetría en el ejercicio del poder [...] es una categoría que articula todos aquellos efectos de la dominación social que quedaron fuera de las determinaciones estrictamente económicas y que por lo mismo se vieron desplazados como dispositivos secundarios” (2004: 101).

Además de las herramientas teóricas es preciso delimitar las herramientas metodológicas, que serán aplicadas en esta tesis. En primer lugar, mi trabajo se fundamenta en el análisis del discurso, que parte de un análisis descriptivo de escenas, seguido de uno interpretativo de contenidos tanto textuales como visuales y sonoros, a través del uso de diferentes fuentes, tratare de contrastar los mensajes con la realidad social para profundizar sobre todo en los grandes imaginarios y estereotipos que entran en escena y la relación de estos con el goce.

Con el propósito de investigar el goce en distintos programas de “televisión basura” construí un corpus de escenas seleccionadas de fuentes distintas, videos, escenas de programas, críticas y comentarios de otros programas. En relación a las escenas de los programas se tomó en cuenta la parte visual al igual que las transcripciones de los textos, los videos seleccionados pertenecen a distintos canales de televisión comprendidos entre el 2013 al 2015.

Si bien en el entorno nacional existe una amplia gama de programas que son catalogados como “televisión basura”, en el presente estudio analizaré tres programas

con distinta temática y estilo de comunicación, lo que me ha permitido identificar goces diferentes; *La noche es mía*, *Esto es guerra* y *El gran show*. La selección ha sido orientada en primer lugar en base al *rating* y su permanencia en el aire, y en segundo lugar por el tipo de horario, — estelar del sábado o de lunes a viernes— y la relación previa del público con el conductor o conductora. Bajo estas premisas, se seleccionó los programas con el más alto *rating*, como es el caso de *La noche es mía*, programa que a pesar de tener un horario difícil como el de las doce de la noche, mantiene un *rating* aceptable que le ha permitido seguir más de tres años al aire. En este caso, además he tomado en cuenta la relación previa del conductor con el público; al rastrear la trayectoria de Carlos Galdós, conductor del mencionado programa, pude corroborar la gran identificación del público con el conductor desde hace muchos años. Lo mismo ocurre con *Esto es guerra*, en este caso se tomó como punto de partida a personajes que tienen gran aceptación y un buen número de seguidores; adicionalmente se incluyó secuencias de otros programas, al igual que videos de sucesos colaterales; estos elementos adicionales me ayudarán a ilustrar el rebote que tiene este programa en horarios lejanos al suyo, situación que termina magnificando cada suceso que acontece dentro del programa y es una demostración más del goce al que este programa nos acerca. En relación al programa *El gran show*, mi selección se orientó por la permanencia del programa a través de los años, ya que, a pesar de no tener los más altos índices de *rating* del horario, el programa se sigue manteniendo incluso sin variar el formato, otro indicador de la selección fue la presencia de la conductora Gisela Valcárcel, y la participación masiva de personajes de la farándula con gran número de seguidores.

La denominada televisión basura y su influencia no son fenómenos nuevos; por tanto, existen diversos estudios sobre el tema, desde diferentes enfoques. Algunas investigaciones se centran en datos cuantitativos, como son los estudios realizados para CONCORTV (Consejo Consultivo de Radio y Televisión), estas investigaciones básicamente traducen la información obtenida a través de entrevistas, encuestas, *focus groups* en datos numéricos, estadísticas. En su mayoría este tipo de trabajos indaga en las reacciones del público frente a la televisión y sus contenidos, tratando de medir la influencia de la televisión, sobre todo en el comportamiento de los niños y adolescentes como los sujetos más indefensos frente a los contenidos. Dentro de este tipo de estudios encontramos los trabajos de Mónica Alva Merettd (2014); Mery Vargas Cuno (2011 y

2012), Wilfredo Ardito Vega (2014) y Manuel Arboccó de los Heros, y Jorge O'brien Arboccó (2012). De otro lado en el entorno nacional, dentro de las primeras manifestaciones de este tipo de televisión, no debemos olvidar los *talk shows*, que casi tienen tres décadas de antigüedad. Sobre estos, se ha realizado numerosas investigaciones enfocadas en los estereotipos o estructuras sociales que refuerzan, dentro de estos estudios destacan el trabajo de Roció Silva Santisteban (2008), “El factor asco. Basurización simbólica y discursos autoritarios en el Perú contemporáneo”, en el sexto capítulo, “El ‘feminismo sucio’ del *talk show* y el pobre como abyecto”, analiza el recordado programa “*Haría cualquier cosa por dinero*” del *talk show* de Laura Bozzo y el libro de Luís Vargas Gutiérrez (2000) “Adiós a la vergüenza: los *Talk shows* en el Perú”. En este sentido la presente investigación es un aporte sobre el tema ya que centra su interés en el goce relacionándolo con las estructuras sociales imperantes.

El presente trabajo está estructurado en tres capítulos. En cada uno de ellos analizaré goces particulares, al mismo tiempo, analizare cómo se relaciona cada tipo de goce con las clases sociales, el género o la raza y los mandatos imperativos de la época. En el primer capítulo se analizará el goce perverso en el ejercicio del poder, por tanto, el capítulo está planteado para seguir el accionar del amo sádico, que goza a costa de subalternizar a aquel que se ubica en la cima de la jerarquía social. Este goce se centra en el control, el poder, el dominio, y la destrucción simbólica del otro. Para tal fin, se ha seleccionado diferentes secuencias del programa *La noche es mía*, Carlos Galdós, el conductor es quien se ubica en la posición del amo perverso que propicia la destrucción del otro.

En el segundo capítulo, se profundizará en el goce narcisista, por lo cual se ha propuesto seguir el cuerpo y las relaciones amorosas, y su relación con el mandato social por el éxito personal. Imperativo que llevaría a moldear el cuerpo a nivel físico y estético según las exigencias de la época y convertiría las relaciones amorosas en relaciones funcionales. En este nivel el cuerpo es visto como en un diferenciador social, una herramienta y un medio para lograr el reconocimiento y la fama. Como ya se mencionó, en este caso se seleccionó secuencias de los programas *Esto es guerra*, y, además, se revisarán cuestiones de publicidad, reportajes, críticas y chismes en otros programas; la noticia de los niños inyectados, las convocatorias, entre otras fuentes.

En el último capítulo se analizará el goce sacrificial, por tanto, los actores a seguir serán los protagonistas del programa los héroes y los soñadores, quienes encarnar los roles de salvador y víctima. Así los goces estudiados serán el goce de la víctima, el goce del amor sacrificial, en este caso la selección de secuencias serán del programa *El gran show* de Gisela Valcárcel.



Capítulo I

El goce perverso del macho latino en el ejercicio del poder

La postmodernidad es una época caracterizada por la afición casi generalizada a la transgresión, afición que proviene del declive de los ideales sociales y de las leyes morales, es decir, de la caída del orden simbólico (Žižek 2001: 342). Situación que, a nivel individual y social, provoca una crisis en la posibilidad de crear y admirar figuras superyoicas tradicionales (Franco 2010: 9), lo que se traduce en la aparición de figuras transgresoras, que contribuyen a construir nuevas subjetividades y formas de interrelacionarnos. Subrayemos que la trasgresión como señala Ubilluz, retomando a Bataille, no es un cuestionamiento a la ley sino una suspensión temporal de la ley que la completa (2006: 38); es decir, la transgresión resulta siendo un paréntesis a la ley, que no aspira a transformar el orden social, sino que lo confirma y contribuye a perpetuarlo.

En la sociedad peruana, la trasgresión era una dinámica recurrente, ya desde la colonia, y llegaba acompañada de figuras superyoicas particulares, denominadas como “el sujeto criollo” por Portocarrero o como el “pendejo” para Ubilluz (Ubilluz 2006: 39-40), aunque ambos sujetos tienen valores diferentes, ocupan un lugar indirectamente celebrado en la sociedad peruana, no me atrevería a decir que uno ha reemplazado al otro, sino coexisten simultáneamente en la época actual.

La aceptación de la que gozan estos personajes se produciría por que la transgresión es vivenciada por el público como propia a través del mecanismo de

interpasividad. Es decir, cuando un personaje transgrede la ley, provoca en el individuo la fantasía o creencia de autonomía, de libertad, de ‘satisfacción plena y de una completud imaginaria’ (Jáuregui 2000: s.n.), mientras que como individuo puede continuar alineado al orden, o a la ley, en otras palabra mantenerse pasivo, mientras un personaje trasgresor, viola la ley, y gracias a ello *goza por mí*, como señala Žižek, “en un acuerdo interpasivo, yo soy pasivo a través del Otro; yo accedo al Otro el aspecto pasivo (de gozar), ya que puedo permanecer activamente comprometido” (2003a), en este caso, el compromiso hace referencia a mantenerse alineado al orden social. Como señalaría Ubilluz, lo más importante de la fantasía es que no se limita a una construcción imaginaria, sino implica “la inserción del sujeto al orden socio-simbólico (2006: 43).

Además, la interpasividad y su contraparte la interactividad forman parte de la fantasía ideología de la época actual, el sujeto contemporáneo delega una serie de acciones solidarias o políticas a otros mecanismos, como el internet y las redes sociales. En estos espacios virtuales, ciertos grupos inician cruzadas, eventos, marchas o usan fotos para pedir ayuda, algunas personas participan en esos eventos de manera real; otras solo se limitan a darle *click* al botón de asistiré y otras creen que con tan solo darle *like* a una foto ya estarían apoyando a una persona enferma. En todos estos casos el sujeto queda desvinculado de una acción real y de un verdadero quehacer político-social que logre algún cambio social.

En nuestro país, esta situación fantasmática o ilusoria de goce, propiciada por la interpasividad, es aprovechada por los medios de comunicación, sobre todo aquellos denominados como televisión y prensa basura, ya que usan los personajes trasgresores, con los cuales el público se identifica y goza a través de ellos, como herramienta para incrementar el tan codiciado *rating*. Con esta intención, se crean figuras superhéroicas transgresoras como Laura Bozzo, conductora de polémicos *talk shows*, o Magaly Medina, reina del chisme y los “*ampays*”. En sus mejores momentos, ambos programas gozaron de los más altos índices de sintonía, y al ser sostenidos durante un tiempo prolongando lograron que Magaly Medina fuera considerada como un fenómeno televisivo (Sánchez 2013). Como señala Sánchez, retomando a Silverstone, para que un producto televisivo sea tratado como fenómeno tiene que ser un producto social, y el *rating* es la evidencia de que un programa televisivo es foco colectivo de atención social (2013: 200). Sin lugar a dudas el *rating* es reflejo del carácter colectivo de un programa,

sin embargo, no mide el grado de aceptación o rechazo que genera un personaje, por ejemplo, Magaly Medina teniendo los más altos índices de sintonía construyó un personaje que generaba al mismo tiempo admiración y rechazo. En el siguiente apartado detallare cuales son las características y comportamientos del personaje con los cuales se identificaría el público y cuáles serían las posibles causas de esta identificación.

Construcción del personaje transgresor en la vida mediática

El objeto central del presente capítulo será el programa *La noche es mía* que se transmite a la media noche en Frecuencia Latina. Carlos Galdós, conductor del citado programa, desde sus inicios, fue reconocido por un sentido del humor irreverente y desenfadado, y un estilo de conducción alejado de los estereotipos y en contra de las reglas. Galdós se hizo famoso en la radio con el programa *Caídos del catre*, que aún conduce, el programa ha cambiado de nombre más no de formato. En el citado programa, el conductor se burla e ironiza sobre la coyuntura política, social e incluso sobre su propia vida. Años más tarde, Galdós trasladó el mismo formato a sus unipersonales, presentando puestas en escena o parodias — imitación satírica e irónica — de la vida cotidiana, o debatiendo en tono de burla e ironía momentos políticos y sociales. En los últimos años, con este mismo estilo realiza presentaciones en distintas instituciones. A pesar, de su larga trayectoria como conductor, eso no asegura que todos los programas que conduzca logren resultados exitosos, aquellos donde la parodia y la burla no fueron el tema central resultaron mucho menos notables, incluso se cancelaron por el poco *rating*. En suma, Galdós, a través de los años, dentro del espectáculo o puesta en escena, tanto en la televisión como en sus *shows* en vivo, ha construido en torno a si mismo un personaje transgresor, que tiene éxito celebrado desde hace ya varios años y en distintos ámbitos. Este es el personaje que me interesa en el presente trabajo de investigación, no la vida personal e íntima del conductor, sino indagar en él, como figura pública.

Magaly Medina y Carlos Galdós, son personajes aplaudidos y admirados por su personalidad transgresora, pero representan dos figuras superyoicas diferentes, que reflejan cambios sociales de la época. Desde hace casi 20 años, Magaly Medina, en su afán por destacar, a través de los años ha construido una figura o imagen televisiva, asimilando ciertas conductas demarcadoras de “delimitación y diferencia en los planos social y económico, y ha transformado su cuerpo utilizándolo como un portador de sentido de distinción y diferencia” (Sánchez 2013: 206). En general, el aspecto físico de

Medina ha ido cambiando gracias a diversos procedimientos entre ellos cirugías plásticas como rinoplastias, afinamiento de facciones faciales, corrección dental, liposucciones, gimnasio, dietas, tratamientos cosméticos, entre otros. Habría que recordar que ningún cambio ha sido radical, sino ella ha sido “embellecida” poco a poco, tal vez para que nadie note un cambio de la noche a la mañana y el público pueda aceptar como verdad cuando afirma “solo me he operado la nariz”.

Hoy en día, Medina, con un aspecto muy diferente al de sus inicios, se autodefine como una mujer refinada, culta, y de clase alta, pero no pierde la oportunidad para remarcar que proviene de una familia humilde y lo que logró es producto de su esfuerzo y lucha personal. Alineándome a las ideas de Sánchez, si Magaly Medina buscaba mejorar o cambiar su aspecto físico y borrar ciertos rasgos físicos considerados como deficitarios, para ascender o encajar en la escala social, se podría estar hablando de un proceso de “blanqueamiento racial y social”, en palabras de Sánchez “Magaly Medina persigue un fenotipo socio-mediático de belleza simbólica occidental [...] ha ido superando, progresando, dejando atrás algo pensado como un estadio inferior, [...] lo que plantearía una discusión de raza” (2013: 206). Del otro lado, Galdós, construye una figura del excluido diferente y en oposición a Medina, no persigue un fenotipo socio-mediático de belleza simbólica occidental, ya que físicamente no oculta sus defectos o las huellas del envejecimiento, como la pérdida de cabello, las arrugas u ojeras, ni busca que la cámara enfoque su mejor ángulo, incluso se presenta como “el chipi”, calificativo usado para referirse a un hombre de pene pequeño, emocionalmente tampoco se promociona como el sujeto más maduro o estable, deja muy en claro que depende emocionalmente de su mamá, y que su esposa lo tiene controlado. Él, al igual que Medina, reconoce sus orígenes, y cuenta en público y muy abiertamente que es hijo de padres divorciados, que su madre sola lo sacó adelante trabajando en lugares diferentes, que vivía en Lince, que estudió en la Villa Real. No obstante, en sus comentarios, Galdós no pierde oportunidad para separarse de los “pitucos” —neologismo usado como sinónimo de gente adinerada de clase alta—, tampoco se promociona, ni pretende que lo reconozcan como un hombre culto o refinado, ya que jamás menciona que ha leído un libro.

En resumen, Galdós, como personaje, no pretende alinearse a los estándares sociales establecidos, es decir, no trata de identificarse con la clase social hegemónica, por ello no presume haber ascendido en la escala social, más bien rechaza cualquier tipo

de nexos, tampoco busca adecuarse a los ideales de belleza, por el contrario se muestra tal y como es y desde su particularidad, remarca, exalta e incluso exagera sus defectos físicos y psicológicos, y su pertenencia a una clase social inferior, y desde esta supuesta posición del excluido busca imponerse al mundo, despreciar, basurizar y condenar el orden social establecido y al otro de clase social hegemónica. En este sentido Galdós, representa la figura del perverso trasgresor exitoso, con la cual el público se identifica, no rescatando la figura del héroe, o el sujeto que pudo ascender en la escala socio-económico-racial, sino exaltan y admiran a Galdós por ser la figura del “vivo” que saca provecho de todo, no pretende ocultar nada, sino hacerlo de manera evidente, incluso con descaro. En la televisión, específicamente en el programa *La noche es mía*, Galdós mantiene ese mismo estilo transgresor y perverso, encarnando la figura del Amo, que goza en el ejercicio del poder, subalternizando y destruyendo al otro. A continuación, veamos como el público ingresa al programa o como es llamado a participar.

1. La mirada que convoca como amo y como súbdito.

Como señala Foucault, en *Vigilar y Castigar*, la sociedad de la vigilancia afirma su poder en el control y es la mirada su principal dispositivo disciplinario, que garantiza el “correcto o normal” comportamiento, accionar, pensar y relacionarse. Este modelo social toma como base la distribución arquitectónica y los mecanismos de vigilancia y control usados en el panóptico, penal diseñado por Bentham (1976). En esta estructura carcelaria, la mirada, como herramienta de poder y control, tiene la capacidad de dominar, de someter, de incluir y de excluir, y el secreto de su éxito, está en la mirada-vigilante como mecanismo de control interiorizado e intimidante, es decir, el sujeto se convierte en su propio vigilante, y “sus acciones están guiadas por el no poder y no querer hacerlo [...] bajo la mirada de un inspector; se pierde la facultad de hacer el mal y casi el pensamiento de quererlo” (Foucault 1980: 17). En el programa *La noche es mía* se hace uso de la mirada del panóptico, pero no es solo la mirada que vigila, controla, castiga y condena a los sujetos que no cumplen con la disciplina o la moral, sino es una mirada que además implica al público como cómplice en la destrucción de cualquier otro sujeto diferente a él y lo convoca en un determinado goce.

Por lo general, los programas televisivos se inician con la imagen del presentador en un lugar central dentro del *set*, pero Galdós comienza de una manera poco usual. Él arranca el programa ubicado frente a una cámara aérea, que lo enfoca en primer plano, detrás de él se visualiza todo el *set*, incluido el equipo de producción y el

poco público asistente, quienes visten un polo negro que lleva impreso en el centro del pecho los elegidos. Las palabras de bienvenida son siempre muy similares “*Bienvenidos al show de la media noche, yo soy Galdós* (primerísimo primer plano de los ojos de conductor con lentes oscuros que no permiten ver sus ojos) *y este es mi pueblo, este es el pueblo de La noche el mía*” (11 de septiembre de 2015). Luego de estas palabras, Galdós, manipulando manualmente la cámara aérea, realiza un paneo de todo el *set* de televisión, y arenga a sus colaboradores de producción con vivas para el programa, acto seguido, mientras camina hacia la mesa de presentación, guía o casi empuja al público hacia un rincón del *set* y añade: “*vamos entren a su jaula, estos son los elegidos del día de hoy*”.



La visión que proporciona esta cámara aérea es similar a la mirada controladora y vigilante del panóptico de Foucault, que parece no estar allí, pero desde arriba vigila y sigue los movimientos de todos (1980), recordemos que, en el panóptico, “solo un inspector principal vigila a todos los prisioneros, cada uno dentro de su celda, y al mismo tiempo, a sus subalternos” (Foucault 1980: 19). La ubicación y rotación de la cámara facilita el dominio total del *set* y parece controlar nuestras acciones, esperando que cada uno de los actores, dentro de este escenario, cumpla su función. Pero ¿de quién es la mirada que vigila el *set*? ¿No es la propia mirada del espectador?

Cuando Galdós, en primerísimo primer plano, mira la cámara, la voltea y realiza un paneo de todo el *set*, en ese instante en palabras de Ubilluz “se rompe el contrato habitual entre el espectador y el espectáculo” (2012: 314). Es decir, este juego de miradas la de cámara y la de Galdós producen la fusión de la visión de la cámara y la mirada del observador, logrando así que el espectador detrás de la cámara sea incluido en la escena como cómplice que observa las escenas a través de los lentes oscuros de Galdós, es decir, desde la clandestinidad, sin la necesidad de ser descubierto, ni identificado. Sin embargo, no se trata de una mirada distante o neutral sino de manera

comprometida ya que se convierte en el amo que vigila, pero también en el súbdito-participante.

Entonces esta cámara transforma la mirada del espectador en una mirada que disciplina, vigila, controla y como sujetos nos ubica en la posición de quien ejerce el poder, en la posición del amo, ya que en cierto sentido nuestra mirada está allí para verificar y controlar que se dé el imperativo de goce. Sin embargo, esta mirada que nos incluye dentro de la escena, produce la ilusión platónica de auto reflejo, es decir, lo que entra juego aquí, no es sólo la mirada del público que contempla estas imágenes, sino es la mirada que se le devuelve al público, lo que está dentro de la pantalla nos devuelve la mirada y nos deslumbra, y lo que veo en estas imágenes es mi propio goce que estaría siendo materializado, como señala Didi-Huberman, “viendo algo tenemos la impresión de ganar algo” (1997: 17).

En esta misma escena, el público televidente es convocado a participar no solo como el amo sino también como súbdito, propósito que cumple a través de la figura de los elegidos, quienes aparecen vestidos de negro. Este atuendo y la denominación que se les da, logran que cualquier televidente se sienta identificado, integrado, evidencie su propia presencia dentro del espectáculo y se sienta parte de este.

El poder de la mirada para subalternizar

Como ya se mencionó, el espectador no es convocado únicamente para ser la mirada del amo, que vigila y castiga, sino también como súbdito, subordinado, o en otros términos como un subalterno que, siguiendo a Guha, sería aquel sujeto que se encuentra en una situación de subordinación o de inferioridad en el cualquier campo (Guha/Spivak 1988: 35). Visualmente esta idea de inferioridad se construye a través del ángulo en picada de la cámara y el encuadre de la toma antes revisada. Este enfoque desde arriba contribuye a reforzar esa mirada del Amo que desde arriba vigila a sus súbditos, quienes en contraposición y por su propia ubicación en relación a la cámara dirigen su mirada a la cámara de abajo hacia arriba. Este ángulo de la toma es potenciado y complementado con el comportamiento de los sujetos en escena, los elegidos quienes tras las arengas de Galdós responden con energía levantando sus manos, su respuesta inmediata y casi automática demuestra obediencia y sumisión total al poder.

En esta escena, el público asistente, está vestido con un polo de color negro, que lleva impreso en el pecho “los elegidos”. Esta estrategia representa al sujeto subalterno, como en una masa uniforme, unificada, homogénea, sin ninguna identidad, ni particularidad; no importa quiénes son, ni sus rostros, ni sus nombres, ni la función que desarrollan en el programa. Lo único que interesa es su condición de subalternidad, que es evidenciada por la denominación del espacio donde son ubicados, que es definida por Galdós como la *perrera o jaula*, en este sentido, el público asistente no solo es considerado como sirvientes, criados o súbditos del amo, peor aún se les ha asignado una condición de perros o esclavos o animales. Visualmente, este lugar está delimitado por mallas de protección recubiertas o envueltas con un cintillo amarillo de peligro. Recordemos que este tipo de mallas de protección se usa en diferentes espacios, tanto públicos como privados, para proteger a personas importantes, alejándolas de sujetos indeseados, peligrosos e igualmente del público en general, a quienes se debe mantener a distancia. Entonces, el público asistente en su condición de subalterno es considerado como peligroso, indeseable y como un perro presto a las órdenes del amo. Además, al denominarlos como “los elegidos”, se entiende la perrera como una cárcel a la cual solo algunos pocos pueden acceder, no cualquiera que desee puede acceder a esa cárcel, ni a esa condición de ser “el perro” del “amo”, sino solo aquellos que han sido seleccionados, por tanto, ser el perro del amo se convierte en un privilegio, lo que corroboraría una actitud de completa sumisión al poder, de vasallaje y servilismo que coloca a la persona en un estado de degradación. Del lado del poder, las afirmaciones de Galdós, como el “vamos entren a su jaula” es un acto del habla de carácter imperativo, que demuestra el poder que él ejerce sobre los otros, de igual manera la expresión “este es mi pueblo”, deja claro la existencia de una condición de posesión.

Cada frase de Galdós, contribuye a que los sujetos subordinados queden en categoría de objetos, y la repetición una tras otra logra enfatizar el hecho, además simultáneamente logran reforzar la imagen del Amo y corroboran la relación de poder, posesión y dominio de Galdós sobre el público, quienes no son simples súbditos sino “perros”. Las implicancias social y cultural, de denominar al público como súbdito, se traduce en el sometimiento, la sumisión y la obediencia a ciegas de cualquier sujeto a cualquier figura de la autoridad en general. Adicionalmente, validan el ejercicio del poder de la autoridad a través de la humillación, como señala Montero, el uso de la

violencia simbólica se ha naturalizado como “mecanismo legitimado para acceder al poder” (2013).

2. El chisme, la palabra como herramienta para subalternizar a alguien

Antes de profundizar en el chisme como herramienta de poder, es necesario indagar en alguno de sus alcances e implicancias sociales. Gluckman nos recuerda que Herskovits en su trabajo de Trinidad Village (1947), ya había investigado más profundamente en el análisis del chisme como un fenómeno cultural, añade además que en otro estudio de Herskovits (Life in a Haitian Valley, 1937) se relaciona el chisme con el mantenimiento de la moral (1963: 307). A partir de estas premisas Sánchez en su trabajo Miradas que vigilan, imágenes que castigan: chisme, moral y discurso social en Magaly TeVe, reivindica el chisme y el escándalo, remarcando sus virtudes, como “parte de un aparato de educación disciplinaria, donde se evidencia una división entre lo correcto y lo incorrecto, como merecedor de castigo” (2013: 213). Desde mi perspectiva, esta división entre lo correcto y lo incorrecto, sirve además para marcar diferencia entre sujetos, unos que permanecen en la posición de sujeto y otro que queda relajado a la posición de sujeto objetivado, lo que a su vez reproduce relaciones de poder, configura y refuerza identidades de sujetos que ejercen el poder y de sujetos que deben ser castigados y son merecedores de desprecio. Considero necesario profundizar en la forma en cómo se narra el chisme y su intencionalidad, lo que me permitirá reflexionar en cómo se reconfiguran las relaciones de poder entre determinados sujetos y como se construye la diferencia.

El chisme como herramienta de poder sirve para marcar diferencias sociales y crear una jerarquía, ya que dos sujetos hablan y emiten opiniones valorativas de un tercero como si este último fuera un objeto o cosa (Sánchez 2013: 211). Si se trata a una persona como objeto se desconoce su calidad de persona, queda limitada al mundo material, y puede ser percibida como pasiva, sin agencia y voluntad. Pero ¿de quién se habla?, ¿quiénes son los sujetos objetos del chisme? No se chisnea de cualquier sujeto, según Sánchez se chisnea de aquellos sujetos que se convierten en “personajes televisivos”, cualidad que se obtiene cuanto se ingresa a formar parte del *star system* local (2013: 216), en este punto difiero con Sánchez, ya dentro de este sistema se generan diferencias entre grupos, creándose grupos de poder, quienes vigilan y regulan el comportamiento de los otros sujetos objetivados, y ambos grupos pertenecen al “*star system* local” como veremos a continuación.

Julio es el mes de las Fiestas Patrias y los circos en el Perú. Actualmente, estos espectáculos circenses, no solo presentan payasos, animales y malabaristas, algunos incluyen en medio de sus funciones escenas armadas con figuras famosas, como los jóvenes de *realities* de competencia. Sin embargo, la fama de un personaje no garantizaría de éxito de un espectáculo, prueba de ello, es que, en la temporada del año 2015, los circos, que contrataron figuras de *realities*, tuvieron que cerrar por la poca cantidad de público asistente. Esta situación generó una serie de chismes y comentarios en varios medios de prensa. En este apartado analizaré dos emisiones del programa *La noche es mía*, donde se presentaron notas televisivas sobre el suceso.

En la emisión del día 30 de julio del 2015 del programa *La noche es mía* se realizó un reportaje titulado “los circos bambas *versus* los circos verdaderos” y al día siguiente el 31 de julio, se hace una crónica sobre el cierre de estos circos. En el episodio del 30 de julio, Galdós presenta la nota vestido con el traje del súper héroe “el capitán América”, performando la escena como si fuera él, dice con voz grave:

“estuve pensando como súper héroe, toda la noche, qué hacer con mis súper poderes, algo tengo que hacer para ayudar a la humanidad, y parece que dios nos comenzó a escuchar, vamos a hacer que la gente piense y les vamos a mandar mensajes para que no vayan al circo de Esto es guerra”.

La música de fondo es una melodía de redención, o salvación, que anuncia el inicio de una gran cruzada, emprendida por un súper héroe, el capitán América, personificado por Galdós.



En esta presentación, Galdós se constituye en el sujeto abanderado para liberarnos o liberar a la humanidad de los circos “bambas”, él es el indicado para guiarnos en la salvación de esta catástrofe, que simbolizan los circos de los guerreritos, al día siguiente en el episodio del 31 de julio, Galdós introduce el tema con las siguientes palabras:

“Que pena me ha dado que justo el fin de semana, que han venido unos sobrinitos de Etiopia y los iba a llevar al zoológico, queríamos ir a ver un poquito de bestias sueltas, el circo de fieras”.

Esta introducción sirve para marcar la diferencia entre dos sujetos, el conductor que se reconoce como sujeto inteligente, con la capacidad de pensar, de hacer y decidir, es decir, sujeto de deseo, que construye su identidad diferenciándose de los otros sujetos, y las personas que trabajan en estos circos los “guerreros y combate”, quienes son minimizados con el uso del diminutivo y quedan destinados a ser observados, incluso son catalogados como bestias. Las palabras del conductor sirven para establecer un orden jerárquico, en función de la inteligencia, que es usada “más que conocimiento, como manipulación y control de los objetos, el sujeto ‘inteligente’ se intenta imponer con respecto a los otros, ya que estos están reducidos a objetos” (Ceberio 2007: 54), por tanto, dejan de ser sujetos y llegan a ser considerados como animales, bestias, desconociendo sus cualidades de personas.

Luego de ambas introducciones se presentan breves reportajes, que cumplen con dos propósitos el primero es redundar en los calificativos destructivos, como “paupérrimo show, circo–estafa, personajes de *realities* pasados de moda, que no atraen ni un gato, personajes que hacen el ridículo, faltos de creatividad”, etc. El segundo objetivo es crear una comunidad diferente y superior a la de estos personajes, situación que se cumple, en ambos reportajes, con la presentación de cómicos conocidos en el Perú, como Miguel Barraza y Melcocha, y personajes de otros circos, como el circo de los hermanos Fuentes Gazca. Los comentarios de estos personajes, buscan separar lo bueno de lo malo, lo que vale la pena ir a ver de lo que no; lo que sería un espectáculo de hacer el ridículo, lo que es arte de lo que no lo es, lo que es verdad de lo que es “bamba” o falso. Por ejemplo, Miguel Barraza afirma que:

*“Sin animales, sin payasos verdaderos, sin trapecistas verdaderos, eso no es circo, eso se llama circo estafa, ver cosas así que son **distantes al talento, al arte, a cualquiera le da cólera, y pena también. Poner a cuatro fulanos pitoncitos y llevarte la plata y cobrar 50 soles no, eso está muy mal. Que va a ser circo. Para mí es algo indignante. Ósea es un lujo ir a un circo chabacano. Cuanto tienes que ganar para ir a esos **circos de pacotilla**. Todavía ni siquiera pasan la voz, ni siquiera te firman un autógrafo, osea **que son estrellas, estrellas de que.**”***

Ambos episodios demuestran la posición de dos sujetos enfrentados, unos son dignos de salvar al mundo, son poseedores de los conocimientos de la cultura y el arte frente a otros que son considerados como animales o bestias, con poca capacidad de entender el mundo del arte y con lo único que cuentan es con su cuerpo. De este modo, el chisme sirve para marca la diferencia entre dos grupos, como propone Pietrosevoli, retomando a Nicholson, la gente chisme para crear una red social e incluirse a sí mismos en ese

círculo. Para **adjudicarse a sí mismos la ventaja de estar en el “grupo correcto”** (2009: 57). En este caso pertenecer al grupo correcto implica ser parte de la autoridad, por tanto, ejercer el poder, pertenecer a una cultura de elite, ser conocedores del verdadero Arte o de los circos verdaderos y no de los “bambas” o falsos. Además, los cómicos tradicionales buscan reforzar las hoy conocidas por manifestaciones de cultura dominantes y separarlas y distanciarlas de las manifestaciones de la cultura emergente a quienes desprecian. Sin embargo, quienes hablan de cultura dominante son cómicos, que han trabajado durante mucho tiempo humor popular, en algún momento ellos formaron parte de lo que se entendía por cultura emergente ahora ya están institucionalizados y rechazan otras propuestas diferentes. Estar en el grupo correcto en este caso no implica ser parte de un mecanismo de control moral, sino posicionarse en el grupo de quien tiene la autoridad y el poder para hablar de alguien más, para ubicarse por encima de los demás, se usan distintas estrategias en este caso se ha tomado el parámetro de la inteligencia para dividir a un grupo, pero no es el único parámetro usado, como veremos a lo largo del presente trabajo de investigación.

3. Subalternización del otro como enemigo. Construcción y destrucción de corporalidades e identidades

3.1 Subalternizar al otro de raza hegemónica.

En la mente de colectivo nacional durante años se han generado una serie de ideas —tomando en cuenta las diferencias físicas, culturales, sociales— que configuran el imaginario del extranjero que visita y/o reside el país; como señala Biffi, “ser turista en el Perú está definido por una serie de características tanto visibles como invisibles [...] dentro las características físicas visibles se puede mencionar el color de piel “blanca”, el cabello rubio, el idioma inglés, la cámara de fotos, etc. además, “el turista es considerado como una persona con dinero, que viaja por placer” (2006: 12), y que viene a visitar una realidad exótica, diferente de la suya. Así, el imaginario colectivo da lugar a una serie de estereotipos del extranjero, en el programa *La noche es mía*, el personaje del “gringo WTF”, ha sido creado en base al estereotipo del extranjero “blanco, rubio “tonto” o ingenuo que llega al Perú y sufre una serie de imprevistos, propios de ésta condición. A continuación, analizare dos secuencias protagonizadas por el “gringo WTF”.



En la secuencia “el gringo WTF busca chamba” (emisión del 23 de noviembre del 2013), el personaje del gringo es presentado como un sujeto ingenuo, sin educación, ni dinero, y sin habilidad o preparación alguna física, manual o intelectual para acceder a cualquier tipo de trabajo, desesperado y al borde de la mendicidad. La secuencia se inicia, con el “gringo WTF”, caminando por las calles de Lima, preocupado por no encontrar trabajo, en medio de su caminata, aparece un amigo peruano y lo cuestiona sobre su preocupación y ofrece ayudarlo a buscar trabajo, por eso lo recomienda con otro amigo quien tiene una combi de servicio público. El chofer de la combi acepta inmediatamente al “gringo WTF” como cobrador. Sin embargo, el gringo pierde el trabajo por no cobrar los pasajes. Finalmente, la secuencia concluye con la llegada de un muñeco caracterizado como extranjero, de piel muy blanca y vestido únicamente con ropa interior y una casaca hecha con motivos decorados de la bandera de los Estados Unidos, este último personaje le enseña algunos pasos de baile al gringo y lo lleva a un club nocturno a trabajar como *stripper*.

En el sistema jerárquico social nacional, el turista extranjero “el gringo” es reconocido como “representante de la sociedad central, es un punto de referencia, ante el turista se desarrolla una conciencia de clase y de jerarquías en cuestiones económicas y sociales” (Biffi 2006: 15) y se considera a los turistas extranjeros como personas adineradas y con una mejor educación a la peruana. No obstante, esta secuencia rompe o desconoce esa supuesta superioridad atribuida al turista extranjero, ya que presenta al turista desde otro ángulo como un sujeto torpe, sin pareja, que no tiene empleo, al punto de no tener “un sol en el bolsillo”, y preso de la necesidad, ya que acepta cualquier tipo de empleo sin el menor reparo, prácticamente está al borde de la mendicidad, hemos de subrayar que en nuestro país, la mendicidad es considerada un problema social propio de personas marginales, por tanto puede ser vista como un estado moral y socialmente degradante. Entonces, la presentación del gringo en el papel del mendigo rompería el rol

tradicionalmente delegado a estos hombres: turistas con dinero y con la mejor educación, es decir, se anula la idea de superioridad social atribuida al turista extranjero.

Del otro lado, en la proyección del imaginario dominante, tanto del propio turista extranjero como del colectivo local, la calle es considerada como un espacio lleno de peligros y como un lugar donde los turistas son efectivamente vulnerables a determinados riesgos. Pero en esta secuencia, el espacio local no es presentado como hostil, ni peligroso, sino más bien es una muestra de la buena voluntad y disposición del poblador local que ayuda y orienta al turista. Lo que queda demostrado, en la manera como el gringo obtiene el trabajo de cobrador de combi, fue gracias al consejo y recomendación de un amigo peruano, y el conductor de la combi aceptó al gringo como trabajador con la mejor voluntad y sin el menor reparo. Entonces, la secuencia propone, que si el turista extranjero se encuentra desprotegido, desconsolado o desamparado no es por los peligros que existen en la calle o la mala intención de algunos sujetos, sino más bien se debe a sus propias limitaciones culturales, es decir, al poco conocimiento de los códigos sociales locales y su incapacidad de adaptarse a ellos, en vista de que el gringo pierde el trabajo por su “ingenuidad” al no cobrar el pasaje. Entonces, por oposición se le atribuye al colectivo nacional una condición de superioridad cultural.

El personaje del “gringo WTF” refuerza el estereotipo del gringo, y adicionalmente su performance como sujeto al borde de la mendicidad, solitario y desvalido, lo convierte en una transgresión del código simbólico dominante en lo referente a la raza, destruyendo parte del imaginario colectivo que señalan Valcuende del Río y Cáceres apoyados en Bauer, “la gringa o el gringo garantizan viajar, comer en restaurantes, discotecas, practicar idiomas e, incluso, acceder a cuerpos exóticos[...] y la proximidad a un cuerpo con lectura social de una posición de poder, otorga ese mismo nivel [...] pasear de la mano de una turista da prestigio, eleva el estatus social” (2014: 78). Así, en esta escena, entablar una relación con un “gringo” un personaje al borde de la mendicidad, sin empleo, ni dinero, ni en una posición de poder, no generaría ningún prestigio, por el contrario, puede disminuir el estatus social de la persona que se relacione con él. Adicionalmente, en el orden social hegemónico, donde el color de piel define posiciones sociales, los extranjeros blancos y rubios “los gringos” son los mejores posicionados, sin embargo, en las diferentes escenas del programa se usa el color de piel, el idioma extranjero y otras particularidades de los extranjeros para denigrarlos y reducirlos simbólicamente, por ejemplo: el mal manejo del idioma y el

color de piel son vistos como limitaciones, se señala que el “gringo WTF” es muy pálido o que no se entiende lo que dice.

En suma, la secuencia nos confirma la desvalorización social, cultural del personaje extranjero, y finalmente refuerza que el valor del “gringo” solo radica en su apariencia física, en vista de que el único trabajo al que puede acceder es el trabajo de stripper. El “gringo WTF”, queda reducido a la categoría de objeto, porque ni siquiera es él, quien obtiene el trabajo por iniciativa propia sino es llevado por un muñeco, entonces un muñeco tiene mayor capacidad agentiva que un turista extranjero. Como se verá en el siguiente apartado “el gringo WTF”, es colocado en la posición de objeto, remarcado su inactividad y pasividad en oposición a la actividad desbordada de los otros personajes que entran en escena. Así, el gringo siempre se encuentra sometido y a la disposición del conductor quien le dice que hacer y qué no.

3.2 Subalternización y feminización

La violencia física, psicológica, simbólica y moral es frecuente en diversos programas de la televisión peruana, en las secuencias de *La noche es mía*, la violencia simbólica se manifiesta en el ejercicio de poder y el rechazo de un otro diferente, percibido en otros entornos como una identidad amenazante o superior, por tanto, se busca su destrucción simbólica a través de la humillación, la discriminación, la burla, la ironía, la feminización, y el ejercicio del poder, entre otros; estos mecanismos de la violencia simbólica, se han constituido en elementos clave para manifestar el poder. A continuación, indagare en como la violencia y el comportamiento cruel, se relacionan con el placer y el goce.

Como se ha mencionado antes, el “gringo WTF” es un personaje creado en torno al estereotipo del extranjero “ingenuo” que sufre una serie de imprevistos. Una de estas situaciones típicas, en nuestro país, es el acoso de ciertas mujeres, conocidas en el entorno nacional como “bricheras”. Como en esta secuencia se parodia el mencionado acoso, los otros personajes que intervienen en la secuencia, son un grupo de tres mujeres invitadas, autodenominadas las “*chicas doradas de Argentina*”; la apariencia física de estas mujeres encaja con el ideal de belleza latinoamericano-occidental: cabellos rubios, lacios, largos, ojos claros, pieles bronceadas, estructura corporal relativamente delgada, bien proporcionada y voluminosa y visten trajes de baño que dejan al descubierto gran parte de sus senos y nalgas.

La secuencia denominada “calentómetro al gringo WTF”, la inician las “chicas doradas” con un baile provocador, similar a una dinámica de seducción. Una por una bailan para el “gringo WTF”, mientras él (vestido de terno gris y con un ramo de flores en las manos) permanece sentado en una silla y conectado al “calentómetro”, supuesto aparato que mide la variación de su ritmo cardiaco durante el baile sensual. Las reglas del juego expuestas por el conductor del programa, señalan que el “gringo WTF” debe controlar su cuerpo con el objetivo de que su pulso no se acelere:

“[...] sí aquí detectamos [...] que tu ritmo cardiaco sube, te vas del concurso, del Perú, te botamos así en bolsas negras en Chancay”.



Este segmento, se constituye en un ritual de dominación-sumisión, donde se presentan dos tipos de personajes, el primero es el **sujeto en posición de poder que encarna una figura ultramasculinizada**, —más no en el sentido clásico de hombre fuerte y viril, sino es una masculinidad que demuestra su poder a través de otros mecanismos, como la burla, la imposición de ordenes—, y los otros dos sujetos las mujeres y un varón se presentan como subordinados, subyugados, humillados y feminizado en el caso del varón (Cortés, 2014). En un contexto de dominación, no basta con tener el poder, sino las demostraciones de poseerlo son necesarias, en este caso la exposición reiterativa de cualidades del poder masculino, sirven para asegurar y reafirmar su lugar como sujeto de poder y autoridad (Cortés, 2014: 62), estas demostraciones tienen un carácter performativo, teatral, e involucran las palabras y actos que realizan los sujetos. El conductor del programa Galdós representa el sujeto de poder, la masculinidad dominante que encaja en cierto sentido con la masculinidad hegemónica latinoamericana, en oposición al “gringo WTF”, es pura acción e impone su voluntad y deseo, tanto sobre el hombre feminizado como sobre la mujer objeto, a través de distintas demostraciones de su poder: le quita las flores, ordena a su equipo de producción que le coloquen el supuesto aparato para medir sus pulsaciones; ordena que

“las chicas doradas” entren en acción, incluso intimidada al “gringo WTF”; en el momento que expone las reglas del juego, deja claro que el será capaz de matar al gringo si este no se alinea a sus órdenes.

El personaje de Galdós sugiere una reafirmación sádica del goce masculino, por tanto, como toda masculinidad dominante para ser afirmada necesita del otro lado al sujeto feminizado, subordinado emasculado, en este caso el “gringo WTF” ocupa esta posición. Desde el inicio, este personaje, que encarna el estereotipo del extranjero “ingenuo”, entra en escena disminuido. Mientras Galdós expone las reglas del juego el “gringo WTF” espera sentado, lo que evidencia su carácter pasivo, y demuestra una masculinidad delicada, sumisa, limitada a esperar y obedecer las órdenes; en síntesis, es un hombre emasculado y sujeto a la voluntad del Macho latino “pendejo” o en peligro de caer en las “garras” de estas mujeres esencializadas como seductoras.

La mujer o la mujer objeto

En el Perú actual, a pesar de las luchas feminista internacionales por la igualdad de género, la idea de mujer emancipada de Beauvoir es todavía lejana, puesto que vivimos en una sociedad patriarcal, falo narcisista y androcéntrica, donde se privilegian aquellos significados y valores que están en concordancia con el predominio de la masculinidad, manteniéndose así todo un aparato simbólico que ratifica la dominación masculina. Los medios de comunicación y la publicidad, como productores de imágenes, mientras se mantengan alineados al aparato ideológico falo céntrico, perpetuarán este orden social, de relaciones sociales asimétricas de poder y dominación, convirtiéndose así en los grandes artífices en la construcción de estereotipos, que afianzan la imagen de hombre dominante y de su contraparte la mujer subordinada.

Retomando las ideas de Guarné y la construcción de la diferencia; en los medios de comunicación peruanos, la mujer es representada como “el otro” diferente, conceptualizada a partir de la falta (2004), como un anexo del hombre, destinada a complacer los deseos del varón, o como un objeto sexual donde lo único que importa de ella es su cuerpo, su desnudez, sus prominentes pechos y trasero. Ejemplos de este tipo abundan en periódicos populares, donde la mujer aparece de espaldas destacando sus nalgas o sus senos, incluso estas fotos son modificadas para aumentar sus proporciones.

La televisión contribuye a la espectacularización del otro, ya que construye y representa identidades dentro de un gran espectáculo, es decir una realidad producida para ser observada. He este apartado analizare las secuencias del “calentómetro al

gringo WTF” y test de inteligencia (29 de noviembre del 2013), la entrevista a Tilsa Lozano (26 de enero del 2015) y la secuencia metamorfosis de Millet Figueroa (emisión, 21 agosto 2014). En estos segmentos la invitada o el tema principal fue una o varias mujeres, en estas secuencias, mediante la exhibición y crítica del cuerpo femenino se va construyendo una subjetividad femenina subordinada.

En primer término para poder entender como la mujer es subalternizada debo definir la cosificación, y lo hare de la mano de Fredrickson y Roberts, quienes retomando a Bartky señalan que “la cosificación de la mujer ocurre cuando partes de cuerpo femenino o sus funciones sexuales son separadas de la persona, reduciéndolas al estatus de mero instrumento o son vistas como si ellas fueran capaces de representar a la mujer en su totalidad” (1997: 175), es decir, la identidad de la mujer es reducida, primero a su cuerpo, pero no a todo su cuerpo sino a partes exclusivas de este como son las nalgas o los pechos. Los medios de comunicación, que cosifican a la mujer limitándola a su sexualidad, lo hacen a través de dos estrategias, como señalan Rodríguez y Pérez:

[...] en los medios de comunicación mejicanos, hay dos formas de representar la experiencia sexual de la mujer, “en una se niega la sexualidad femenina [...] se subordina al hombre y la mujer es representada como objeto sexual, manteniéndose la tendencia a explotar el cuerpo femenino (Capdevila et al., 2011 citado en Rodríguez y Pérez 2014: 17), añaden los autores, otra tendencia más libre, [...] la mujer es más activa sexualmente se favorece la desinhibición sexual” (Rodríguez y Pérez 2014: 14).

Sin lugar a dudas, la primera de estas tendencias es la más utilizada en buen número de medios de comunicación peruanos, donde se usa el cuerpo femenino como parte de la estrategia de *marketing* para atraer al lector o al televidente. En la secuencia “calentómetro al gringo WTF”, el manejo visual de la escena contribuye con afianzar el concepto de mujer objeto ya que, durante el baile de las chicas doradas, la cámara enfoca repetidas veces y de distintos ángulos, principalmente los pechos y glúteos de las mujeres, incluso se hacen planos cerrados de ellos. Esta situación es propiciada gracias al atuendo de las chicas, que, a pesar de ser ropa de baño entera, deja al descubierto gran parte de sus cuerpos, además el uso de unas botas negras altas con tacón, completa el fetiche masculino. Cuando digo que la mujer es fetichizada, me estoy refiriendo a un proceso de esencialización o de reducción de la identidad de la mujer a una de las partes de su cuerpo, en palabras de Lloyd en la mujer es reducida “al fantasma masculino que precisa únicamente un objeto parcial, parte o pieza desprendida del cuerpo” (s.f.: 63).

La dinámica del juego, en relación a las mujeres, tiene dos consignas una es exponer a las “chicas doradas” como objeto de deseo y la otra es demostrar que son capaces de incitar los deseos sexuales. Si bien es cierto, las mujeres bailan para el gringo, ocupan una posición pasiva, ya que se limitan a obedecer y seguir las órdenes de Galdós, quien la usa como objeto de su voluntad, sometiéndolas al juego de la seducción y el control de su cuerpo. Así, las mujeres quedan desposeídas de su agencia, dejando de ser consideradas sujetos y pasan a ser vistas como objetos limitados a la voluntad del Amo.

Otro valor que se destaca en la mujer es su capacidad de excitar o despertar el deseo masculino a pesar de cualquier circunstancia, incluso las mismas “*chicas doradas de Argentina*” parecen haber interiorizado el papel de “mujer objeto”, porque disfrutan de provocar a los hombres, encarnar el comportamiento de mujer fatal o de dominatriz que seduce al hombre creyendo tener el control y consideran que su feminidad y autoestima se centra en su cuerpo y la capacidad de éste para excitar o despertar el deseo masculino. Situación que queda demostrada en las afirmaciones de las chicas. “*Si no lo hago (levantar algo en el gringo) creo que me bajaría mucho la autoestima si el chico queda*” (mueve la mano formando una línea horizontal) o en el comentario del conductor “*Paula creo que hoy va a sufrir de depresión*” ambos comentarios dejan ver que la autoestima y el estado emocional de esta mujer, estarían centrados en ejercer a cabalidad su poder de seducción.

Además, la identidad y feminidad de estas mujeres parece limitarse al uso de su cuerpo; lo que queda demostrado cuando la tercera de ellas comenta que enamora con sus chistes, y al contarlo nadie se ríe, su compañera añade “*deja eso y hace lo que sabes*”, a lo que la otra responde “*bueno dejo esto y muestro el culo*”. Esta acción cumple con el objetivo de desvalorizar o minimizar la importancia de los atributos o cualquier otra actividad o acción que puedan realizar esta mujer; y centran su valor exclusivamente en el contorneo de su cuerpo y el uso que pueden darle como herramienta para seducir o provocar al hombre.

Para complementar esta afirmación, revisaré el segmento consecutivo denominado “las chicas doradas demuestran su inteligencia”. En esa ocasión, Carlos Galdós, el conductor, introduce el segmento con la siguiente pregunta, en tono de burla: “*dicen que las rubias son huecas...como que hay una sonaja allí adentro*” Ellas responden “*creemos que no... somos reinteligentes*”. La respuesta de la invitada mujer a

la pregunta de Galdón, confirma que ella siente que su valor radica en el uso de su cuerpo, ya que ella misma, en lugar de negar rotundamente la afirmación de Galdós, responde complacidamente “creemos que no”, es decir, ella no se siente segura de sus capacidades intelectuales por ello usa el verbo “creer”; como señala Sáez, Valor-Segura y Expósito, “la continua exposición a situaciones en las que las mujeres son sexualmente cosificadas, hace que éstas se perciban a sí mismas como objetos, interiorizando la mirada de un observador externo” (2012: 42). En este caso, las acciones y preguntas del presentador, inducen a que las chicas doradas respondan de este modo, y logran que ellas misma acepten, y asuman que su talento se limita al uso de su cuerpo.

En el último juego consiste en someter a las chicas a una serie de preguntas sencillas, que ellas supuestamente consideran difíciles y resuelven con dificultad y a veces equivocadamente. A nadie le importa si las “chicas doradas” resuelven o no el juego, porque la atención del camarógrafo está en el trasero de las chicas, ya que para resolver las preguntas ellas se inclinan frente a una pequeña pizarra dando la espalda a la cámara, lo que permite que la cámara realice un plano de frente y cerrado del “culo” de cada una de estas mujeres en repetidas oportunidades. En ambos juegos, a través del manejo visual de la escena, — el encuadre, los ángulos y los planos de los cuerpos de las mujeres— acompañado de las acciones y afirmaciones del conductor y de las invitadas logran destacar la anatomía de la mujer y su sexualidad, como el único valor femenino lo que contribuye con afianzar el concepto de mujer objeto (cosificación sexual de la mujer).

En estas imágenes la mujer es convertida es un espectáculo, construida para ser vista, fetichizada, reducida al fantasma masculino, así la mujer es representada en función a su cuerpo, de sus glúteos o pechos, por el contorno de su cuerpo o por su capacidad de seducir, y ser bella pero tonta. Frente a este tipo de mujer surge la representación del varón, como señala Guarné, las esencializaciones que hacemos de la imagen del otro tiene el objetivo de legitimar la propia identidad, se trata de un juego de oposiciones y descuidos, de reconocimiento y rechazos de la alteridad, desde donde afirmarse como legítimamente superior (2004: 91). En estas dos secuencias queda claro que el único sujeto de deseo y con voluntad es el varón, quien, para afirmar su poder, necesita de la imagen de mujer subordinada. En este sentido se construye una jerarquía donde el varón usa a la mujer y la somete a su voluntad y la mujer asume. La mujer es

construida como un "otro" inferior, a partir de imágenes de una sexualidad exacerbada, al reducir a la mujer a su cuerpo y a su sexualidad se limita a la mujer a la parte física, además, el destacar la sexualidad de la mujer logra relacionarla con sus instintos animales limitándola a esa condición, tratando de invisibilizar toda una serie de cualidades complejas de todo sujeto social, dejando de lado sus emociones, sentimientos, deseos, voluntad e inteligencia.

Esta práctica de fetichizar y cosificar el cuerpo femenino, **es otra manifestación más de poder del “macho” ejercido sobre la mujer**, como señalan Hardy y Jiménez, “en la posición de macho, la sexualidad erótica queda centrada en su propio placer, y se convierte en una expresión más del poder del varón, en el cual la mujer es el objeto del deseo sexual y la proveedora de ese placer” (2001: 81). En el mismo orden de ideas Iloyden agrega que “la feminidad parece ser, cosa de hombres, son y han sido ellos los que han creado toda una mitología a su alrededor [...] construyendo una serie de imaginarios” (s.f.: 62). Lo que señalan estas autoras es que dentro de una sociedad patriarcal y falocéntrica como la peruana, **el varón, sus gustos y preferencias han regulado socialmente, lo que es el deber ser femenino, y nuestra propia percepción** de lo que es ser mujer y como vivir la sexualidad ha sido educada bajo este mismo orden. En este sentido, algunas mujeres consideran que el contorneo del cuerpo, el movimiento de caderas y el mostrar su cuerpo, forma parte del ser mujer y demostrar una sexualidad femenina.

Estas puestas en escena permiten constatar que si bien el hombre pone a la mujer como objeto de deseo, la mujer en esta posición como diría Iloyden recordando a Iriart, no es una pobre e inocente corderita, (s.f.: 60), sino las mujeres aprovechan esta posición, para sacar ventaja e incrementar su valor o poder, en palabras de Iloyden, “cuando la mujer se presta y es soporte de ese fantasma, su valor narcisístico se ve incrementado y a ella le gustará el juego, pues pasará a ser "alabada" "amada" y hasta "venerada" como una diosa, será colocada en un altar” (Iloyden s.f.: 65). En la secuencia “calentómetro al gringo WTF”, las propias invitadas se colocan en la posición de diosas en un altar, ya que ellas se auto denominan como “las chicas doradas”, y como el oro se considerarán sumamente valiosas e inalcanzables para el común de las personas y sobre todo para parte del público objetivo del programa sector D-E. Además, hemos de remarcar que las mujeres que toman este rol, están realizando un trabajo y cobrando un sueldo, por tanto, de alguna manera usan esa imagen de mujer seductora

para obtener beneficios económicos. En general, las mujeres pueden no ser conscientes de estos mecanismos, de esencialización y autoexotización, pero son usadas, igual que el cuerpo, para crear un producto de mujer objeto consumible, y con él destacar, adquirir favores y demás. Se podría pensar que este hecho es una situación solo de medios de comunicación, pero nada más alejado de la verdad, propongo pensar en un ejemplo sencillo como cuando algún policía detiene a una mujer, ella misma usa su propio cuerpo para obtener una dispensa, tal vez pueda sonar como algo cómico y hasta sin importancia, pero la violencia simbólica es ejercida en prácticas que se han naturalizado, es allí donde radica su poder, porque nadie las percibe como agresiones, como relaciones de poder y dominación sino como algo inofensivo y natural

La autocosificación de la mujer

La cosificación, no se limita a la conducta masculina, sino implica una participación femenina activa, para aclarar esta afirmación, completare el tema con la entrevista realizada a Tilsa Lozano (emisión del 26 de enero del 2015), en ella veremos cómo la mujer, sobre todo gracias a su propio accionar, queda resumida a una sola parte de su cuerpo, en este caso a su “culo”. Al inicio de la entrevista, el conductor da la bienvenida a la invitada quien ingresa y lo saluda con un beso. Galdós, el conductor, enseguida dice “súbditos de rodillas” inmediatamente todo el equipo de la producción (varones) se pone de rodillas y se inclina ante la modelo, Tilsa, en medio de todos estos hombres, recibe el saludo, pero no frente sino más bien les da la espalda, para que sea su “culo”, él que reciba el saludo.

La cosificación del cuerpo de la mujer la mayoría de veces se da en base a un “aislamiento” o énfasis que se le da a una zona concreta del cuerpo, dejando de lado otras partes menos útiles o llamativas para el público. Parafraseando a Fredrickson y Roberts, quienes retomando a Bartky señalan que “la cosificación sexual se da cuando una mujer es resumida a partes de su cuerpo, asumiéndose estas parte como la representación de su totalidad como mujer” (1997: 175), en este caso, Tilsa como mujer es resumida a una parte de su cuerpo, a su “culo” y esta parte no solo la representa, sino resulta siendo más importante que la propia mujer, tanto que merece recibir las venias y la adoración de rodillas por parte de los varones. Asimismo, he de precisar que, a la modelo, nadie le pide darse la vuelta, es ella quien voluntariamente se voltea, reconociendo así que es su “culo” a quien el público espera ver y no a ella. La entrevista

duro más de 20 minutos y el tema central fue el “culo” de Tilsa, no se trató de ningún otro tema.

A pocos minutos del inicio de la entrevista, Galdós pregunta si es natural y pide tocarlo para ver si es real. Después de una corta negociación, Tilsa y la esposa de Galdós –a quien el conductor le pide permiso en público– aceptan. Inmediatamente después de tocar el “culo” de Tilsa, con un solo dedo, Galdós exclama sorprendido,

“No Tilsa por favor, eso es un presupuesto aparte, eso habla, eso tiene vida propia” a lo que Tilsa responde *“claro por supuesto”*.

La afirmación de Galdós, conductor del programa, *“eso tiene vida propia”*, corrobora, que el “culo” de la modelo se percibe como una entidad separada de la mujer, como algo diferente, autónomo e independiente de ella. Parafraseando a Fredrickson y Roberts, la cosificación sexual es reducir de la mujer a partes sexuales de su cuerpo o a la función sexual, quedando en la condición de un mero instrumento (1997: 175). Lo que más sorprende, no es la reacción de los varones, quienes resumen la identidad femenina a una parte de su cuerpo, sino es la reacción de la propia Tilsa, quien acepta, se siente complacida, disfruta y además promueve esa esencialización. Como señalan Sáez, Valor-Segura y Expósito, “este fenómeno se denomina autocosificación, y se manifiesta por la autovigilancia entendida como ‘un continuo seguimiento de la apariencia corporal’” (Fredrickson y Roberts 1997: 180)” (2012: 42)

Si suponemos que el comportamiento de Tilsa es parte de su comportamiento cotidiano, podríamos decir que la esencialización ha calado en lo más profundo de cada individuo, es decir, la subjetividad de la modelo ha sido moldeada por la dominación masculina, que como señala Bourdieu, aparecen ciertos habitus como el sonreír, aceptar las interrupciones, bajar la mirada, cruzar las piernas, vestir elegantes, permanecer delgadas (como símbolo de voluntad), mantener la compostura (2000: 29-43). En las imágenes del video, la conducta que adopta Tilsa, forma parte de estos habitus, como mencione Tilsa voluntariamente gira su cuerpo y cada vez que Galdós le pide que se dé una vuelta ella accede sin ningún reparo, y se pone de pie inmediatamente, él la toma de la mano y ella gira como si se tratada de una muñeca o un producto que se está exhibiendo, ella gira a petición del conductor, siempre sonriente. Además, en diferentes momentos de la secuencia, ella acepta que parte del equipo de producción le toque el trasero y no muestra ningún tipo de incomodidad, ni cuestiona las peticiones.

La exigencia de la belleza como mecanismo de dominación

Desde hace mucho tiempo, el cuidado por el cuerpo, en relación a la apariencia física y estética, solía considerarse un tema de exclusividad femenina, y a pesar de que “el ideal de la belleza femenina es variable en cada sociedad; ciertas exigencias permanecen constantes a través del tiempo y el espacio; entre otras, y puesto que la mujer está destinada a ser poseída, es preciso que su cuerpo ofrezca las cualidades inertes y pasivas de un objeto” (Beauvoir 1949: 83). Para analizar la presión de belleza sobre la mujer, como parte de un mecanismo de dominación y ejercicio de poder masculino, tomare como ejemplo la secuencia “metamorfosis de Millet”, en este episodio se presenta un reportaje fotográfico de las cirugías plásticas de la modelo Millet Figueroa, (modelo de pasarela y televisión, reconocida por su apariencia física) luego de anunciar el segmento Galdós se dirige hacia la pantalla LED mientras aparece la primera foto de la modelo sin cirugías, Galdós la y mira dice:

“a la concha de la lora” se aleja se agarra la cabeza, mira al piso preocupado continua “oe no pongas a la hermana sin HD [...] no, me están jodiendo esa es Millet [...] si tiene hasta sarro en los dientes [...] pero Millet tiene la nariz como parada” frente a la segunda fotografía vuelve a exclamar “a la miércoles” sale una tercera foto y Galdós continua “[...] a esta chica que bien le sienta el tiempo, va haciendo ‘upgrades’ en la estética” y pide una cuarta foto “a la ... esta flaca de viejita va a ser un polvazo [...] pero como va progresando [...] para eso es la ciencia no sean egoístas envidioso” y cuando sale la última foto actual de Millet, el conductor la besa y lame los labios. Al final se muestran las cinco fotos, en línea, en el orden en que fueron presentadas, Galdós dice “esta es la teoría de Darwin en la estética” y parodia primero el andar de un primate y finaliza asumiendo una postura clásica de modelaje. (Emisión, 21 agosto 2014)



En esta secuencia, queda claro como la mujer es valorada exclusivamente por la belleza, la cual es presentada como una condición necesaria para despertar el deseo masculino, ya que la última foto, que es una imagen actual de la modelo Millet, es la única que Galdós besa apasionadamente; recién cuando él la percibe como “bella”, es en ese momento que la considera digna de ser objeto de deseo, antes no, en las fotos donde es

percibida como “fea” es despreciada y criticada. La secuencia de la presentación de las fotos demuestra que mientras las mujeres van modificando, partes de su anatomía, la aceptación y el deseo del varón aumenta, hasta llegar a un punto de convertirse en un objeto digno de deseo, pero siempre permanecerán en la posición de objeto, ni aunque sea bella podrá ocupar la posición de sujeto.

Cuando Galdós compara la teoría de la evolución de Darwin con la secuencia de fotos de Millet, propone que la “belleza” femenina es un proceso de evolución, que le permite a la mujer pasar de una condición de “animal” a una condición supuestamente elevada de mujer “objeto de deseo”, ya que la pose que asume al final es la de una mujer que se ofrece. Entonces, las mujeres que no entren o no se ajusten a los cánones de belleza exigidos, serán consideradas primitivas, menos evolucionadas o inferiores. Además, la belleza es presentada como una exigencia natural y necesaria para conseguir la aceptación masculina, como parte de la evolución humana. La estandarización de la belleza femenina y la evaluación del cuerpo femenino forma parte de los mecanismos de dominación masculina, a los cuales las mujeres se adhieren casi inconcientemente; es en esta apariencia inofensiva y natural en donde radica la fuerza de este mecanismo de dominación masculina.

Estas representaciones de la feminidad no se quedan dentro de la pantalla de televisión, sino que trasciende nuestras vidas y nuestro cotidiano, y las imágenes se convierten en un mecanismo ideológico que moldean nuestras conductas de manera casi imperceptible y naturaliza ciertas prácticas. Por ejemplo, encontramos en las calles hombres lanzando piropos subidos de tono, o tocando a mujeres en los medios de transporte porque se asume que es “normal”, pero también tenemos mujeres temerosas de denunciar estas conductas, o un sistema judicial que desestima las demandas de mujeres víctimas de estos acosos, incluso frases como “ellas se lo buscan porque usan minifaldas y quieren provocar a los hombres”. Lo mismo ocurre en las redes sociales jovencitas mostrando su cuerpo en posiciones seductoras, que creen que su cuerpo es una herramienta para seducir y mostrarse al mundo y aquellas que no encajan en los estándares son segregadas y marcadas como incompletas.

La secuencia “calentómetro al gringo WTF” y la entrevista a Tilsa Lozano, propone que el ejercicio de poder de la masculinidad dominante, se manifiesta en distintas expresiones, como el poder moral, el poder de controlar y de colocar a la mujer como objeto y como señalan Hardy y Jiménez, “los hombres que carecen de tales

poderes no serán considerados hombres de verdad [...] la masculinidad, dentro de esa construcción, se caracteriza también por la homofobia y el rechazo a cualquier feminización de sus conductas (2001: 81). En el siguiente apartado, profundizaremos en este último punto, la feminización del otro, como demostración de poder, Galdós en esta cruzada por desvalorizar al otro, toma como sus blancos a hombres “guapos” de cuerpos bien trabajados o adinerados y los feminiza.

3.3 La subalternización y destrucción simbólica del otro de clase hegemónica mediante la feminización.

Retomando la escena del “calentómetro al gringo WTF”, se observa que la masculinidad propuesta en el programa no está centrada en proezas sexuales, sino más bien en la ausencia de ellas. Veamos entonces cómo se manifiesta la virilidad como valor masculino. Luego del ingreso de las chicas, Galdós quiere presentárselas al “gringo”, sin embargo, él está sentado prestando atención al calentómetro.



Esta falta de atención del “gringo” es calificada por Galdós como desinterés y comenta: *“el gringo está más preocupado por la máquina que por las chicas”*. Primeramente, se supondría que el gringo si fuese bien “macho” estaría atento al movimiento y al ingreso de estas chicas; con esta frase Galdós pretende disminuir la virilidad del “gringo WTF”. Seguidamente antes de iniciar el baile de las chicas el conductor pregunta: *“tú crees que algo puedes levantar acá [...] yo creo que nada va a pasar acá, porque el gringo es como ‘raro’”*. En nuestro país el adjetivo “raro” es usado como sinónimo de homosexual, por eso este último comentario no solo disminuye la virilidad del “gringo” más aún la anula y niega. Luego, al iniciar el juego, Galdós, le dice al “gringo WTF” *“si*

aquí detectamos en la pantalla que tu ritmo cardiaco sube te vas del concurso, te vas del Perú, te botamos en bolsas negras". Con esta orden, Galdós pretende dominar al "gringo WTF", y además hacer público su poderío y lograr que el gringo sea etiquetado como incapaz de tener una erección frente al baile sensual de una mujer casi desnuda. Finalmente, al terminar el baile de las tres chicas, el conductor invita a un integrante varón de su equipo "melo" y le dice "a ver si tú logras hacer algo por el equipo... 'melo' le baila al gringo". Con esta última acción, queda clara la intención de sugerir que el gringo es un homosexual, desde el imaginario colectivo al sugerir que un hombre es homosexual, su cualidad de "macho=viril" es anulada completamente, en este caso el gringo es presentado como un hombre nulo virilmente. En este caso, la hipermasculinidad del macho pendejo propuesta por el programa se expresa y construye "por medio del desprecio hacia lo femenino, y parte de ese desprecio es feminizar a los hombres como una forma de violencia simbólica" (Theidon 2004: 122), en este sentido, al relacionar a un varón con un comportamiento femenino es asumido como una condición degradante y es tomado como un insulto.

El poder masculino pasa o no por la virilidad

En la emisión del 19 de enero del 2015, el invitado principal fue José Leopoldo "Guty" Carrera, modelo de pasarela, con un cuerpo que encajaría perfectamente en el canon de belleza masculina actual, es decir, cuerpo esbelto de musculatura perfectamente desarrollada, estatura de más de 1 metro 80 centímetros, rostro juvenil, lozano, muy bien cuidado y cabellera frondosa. Además, debo mencionar que el modelo se ganó el apelativo del "potro", gracias a la difusión de un video privado, donde se observaba su miembro viril, esas imágenes fueron difundidas, en distintos programas de espectáculo, por una supuesta ex-pareja del modelo. Luego de este video se relacionó, por el tamaño, el miembro viril del modelo con el de un caballo. Gran parte de la emisión de esa fecha, estuvo dedicada al invitado, la presentación del modelo se inicia con una entrevista al modelo, antes de la cual, Galdós realiza una breve introducción sobre el invitado diciendo:

"[...] ya está aquí [...] cuando llegue al canal, lo encontré en el baño [...] lo vi a mitad de patio, (indicando que la distancia, que existe del patio al baño, sería el tamaño del miembro viril de Guty) lo del tipo es una espada láser, es un animal, Guty, no, que miedo".

La introducción previa sirve, desde el inicio, para desvalorizar al modelo, restándole importancia al hecho de poseer un miembro viril de grandes dimensiones, con lo que se

pretende destruir el mito que relaciona el miembro viril del varón con su poder y masculinidad. Por el contrario, el tamaño excesivo se relaciona con la anormalidad, se desconoce cómo cualidad humana y se relaciona con la cualidad de un animal, que incluso causa temor y puede lastimar. Cuando ingresa el invitado, después de saludarlo, Galdós añade otro comentario sobre los zapatos de Carrera:

“que tabas para horribles que tienes [...] con esas tabas que tienes, aunque tengas 15 metros de cohete [...] me voy”.

Enseguida el modelo hace su ingreso y trata de mostrar talla de zapato, mientras que Galdós se sienta sobre su escritorio de presentador, frente a Carrera y dice *“yo también tengo mi zapato”*, levanta la pierna y muestra un zapato de payaso mucho más grande que el de Carrera y lo reta a medirlos. El primer plano de los zapatos, demuestra que el zapato del modelo queda pequeño al compararlo con el zapato de colores de payaso de Galdós, Carrera reclama *“que los zapatos del presentador son de payaso”* y Galdós responde airadamente y sin el menor reparo *“claro son de payaso porque el que la mete se ríe”*.



Al inicio de la escena, Guty muestra su zapato, tratando de destacar su tamaño, por la relación que guarda el tamaño del zapato con el tamaño del pene. Entonces, Galdós al medir su zapato de payaso con el de Carrera, no solo comparara, supuestamente, el tamaño de sus miembros viriles. Sino además se comparan dos aspectos diferentes, por un lado, el zapato de Carrera está relacionado con un atributo físico, como es el pene, mientras que el zapato de Galdós, como es él de un payaso, representa la burla, la viveza, la ironía, en suma, la descarada pendejada peruana. Y quien sale vencedor *“la mete y se ríe”* es el payaso *“el vivo”* que sabe aprovechar la situación. En otras palabras, esta escena confirma que el poder del perverso no se centra en alguna característica masculina relacionada con la fuerza, la belleza, o un miembro viril grande o una sexualidad desbordada, sino el poder radica en la viveza y la payasada.

La invitación de José Leopoldo “Guty” Carrera, al programa no concluye con la entrevista, sino que continua con la secuencia del “yan ken plash”, —en este juego, Galdós compite frente a figuras masculinas diversas, algunas tienen gran éxito en su relación con las mujeres, otros tienen una posición económica destacada, otros sobresalen por sus atributos físicos, lo cierto es que en todos los casos se trata de un enfrentamiento y destrucción del invitado en el plano simbólico— en este juego, ambos participantes, Galdós y el invitado, se sientan en posiciones opuestas frente a una pequeña mesa redonda, llena de vasos con agua. La secuencia inicia con el juego “piedra papel o tijera”, y cada vez que algún participante pierda, el contrincante le lanzará un vaso con agua al otro, de la manera que mejor le parezca.



Ya dentro de la escena, en el primer enfrentamiento Galdós pierde y Carrera “el potro” le lanza el agua por la cabeza, Galdós es mojado sin ofrecer una mínima reacción física, sino más bien una risa perversa se dibuja en su rostro y espera una próxima oportunidad para entrar en juego y divertirse sádicamente cuando sea su turno. Como señala Ubilluz retomando a Blacnchot: “el sádico de verdad es el sujeto calculador, no debe perpetuar un crimen guiado por la espontaneidad del placer, del goce o cualquier otro beneficio inmediato sino espera y utiliza la razón y el cálculo para maximizar el efecto destructivo del crimen” (2006: 68). El conductor en ningún momento actúa impulsivamente, cuando pierde un enfrentamiento, él espera plácidamente que sea su turno para poder destruir a su contrincante.

Tras la repetición, el conductor describe la escena diciendo “*como me mojaba Guty un placer me mojo Guty*” a lo que el modelo responde: “*te he chorreado todo, no*”. La aclaración de Galdós es realizada con una connotación sexual, el agua simboliza el semen que Guty derramaría de manera abundante sobre Galdós, entonces Galdós se pone en la posición de sumisión mientras que Carrera es el macho que “*lo ha chorreado todo*”. Como ya se mencionó la feminización del otro es una estrategia recurrente usada para desvalorizar al otro.

Ya en el segundo enfrentamiento, Galdós gana e inicia la venganza contra Carrera diciendo “esto más que una devolución es una llamada de atención a aquella cabeza que se portó mal”. Nuevamente Galdós hace referencia al miembro viril del invitado, ya que vierte el agua en el interior de los pantalones, en la parte delantera, de su contrincante. Ya en una tercera oportunidad, Galdós vuelve a ganar y esta vez, lanza el agua en el interior de sus pantalones, pero por la espalda. En este momento, Galdós trata de disminuir simbólicamente la virilidad de Carrera, relacionándolo figurativamente con las relaciones homosexuales, en otros términos “Galdós lo mojo por detrás”. En una cuarta oportunidad, vuelve a ganar Galdós y esta vez le lanza desprevenidamente el agua en el rostro, con esta última acción, Galdós desarma simbólicamente a Carrera “el potro” y se impone frente a él en la posición del Amo perverso, desde una masculinidad particular, diferente a la hegemónica. La masculinidad imperante, en una sociedad patriarcal como la peruana, está asociada a aquello considerado de exclusividad masculina,

“como la virilidad, el ser enérgico, fuerte y macho, cualidades físicas que se han consolidado como valores morales y sociales [...] la masculinidad se ha sexualizado, y es tratada como sinónimo de virilidad (Barbosa 1998). La sexualización de la palabra masculinidad y sus representaciones simbólicas están asociadas al falo y a los comportamientos resultantes del hecho de poseerlo y de dar pruebas de su funcionamiento (Parker 1991). (Hardy y Jiménez 2001: 79)

En nuestro país, la masculinidad tratada como sinónimo de virilidad está asociada al poder y la capacidad sexual, y en este plano el tamaño del órgano sexual masculino, es entendido como sinónimo de virilidad, cuanto mayor es el tamaño del pene, el varón se siente más orgulloso, como señala Hardy y Jiménez retomando a Barbosa, “se usa como instrumento para medir la virilidad y representa la masculinidad” (2001: 79). Sin embargo, el comportamiento viril, producto de poseer un miembro viril y a las demostraciones de su poder, no se limitan al plano material o físico sino también al simbólico, en este último plano surgiría la relación pene falo, entendamos este último como símbolo de poder y autoridad.

Retomando el programa, Galdós como personaje es catalogado como “chipi”, adjetivo coloquialmente usado para referirse a un varón con un miembro viril pequeño, entonces como en nuestra cultura, se valora el tamaño del miembro viril, el tener un pene pequeño supone una disminución del potencial sexual, lo que conlleva una disminución simbólica de la masculinidad, y la pérdida del poder y dominio. Por lógica

Galdós “el chipi” al poseer un miembro viril pequeño, no estaría en condiciones de demostrar la fuerza y vitalidad del “macho” y tampoco tendría la capacidad de imponerse sobre el otro. Sin embargo, Galdós asume la condición de “chipi” sin el menor problema e incluso se siente orgulloso de ella; ya que no pierde oportunidad para mencionarlo. Retomando el análisis de la escena del “yan quen plash”, Galdós, “el chipi”, es decir, el sujeto disminuido sexualmente, es quien vence y destruye a Carrera, quien es conocido como el “potro”, en otros términos, destruye al “macho”. Así, Galdós, a pesar de no poseer un miembro viril de gran tamaño, se ubica en la posición del sujeto fálico y poderoso, lo que confirma que la autoridad, el poder y la masculinidad propuesta por el programa no se centran en su poderío sexual o virilidad, ni en la fuerza, la brutalidad o la rudeza, sino en la viveza o la pendejada peruana.

En ambos casos tanto con el modelo Gutu como con el “gringo WTF”, Galdós impone su autoridad, primero destruyendo la relación pene-falo y en segundo lugar reafirmando como sujeto poseedor del falo, que no necesita evidenciar la presencia de un miembro viril, sino hacer sentir su poder a través de la burla y la disminución simbólica del otro. La masculinidad clásica centrada en la virilidad y la fuerza, para afirmar su poder y autoridad, necesita de un sujeto disminuido, pasivo, cosificado y feminizado (Cortés, 2014), la masculinidad propuesta en el programa no escapa de esa premisa, ya que Galdós a pesar de no representar una masculinidad clásica, igual afirma su masculinidad, su autoridad y se presenta como sujeto de poder a partir de la construcción de un “otro” disminuido, en este caso la mujer como objeto y las otras figuras masculinas emasculadas. En esta escena, por un lado, tenemos la imposición del poderío de la masculinidad dominante representada por Galdós, que necesita del otro emasculado para probar y demostrar su poder, y por otro lado la aceptación y sumisión del “gringo WTF” y del modelo.

4. El goce perverso en el ejercicio del poder

Seguramente al escuchar el término perversión lo relacionemos de manera inmediata y casi exclusiva con el plano sexual, sin embargo, la perversión como la histeria o la neurosis son formas de tramitar el goce, son estructuras del ser, en palabras sencillas se podría definir como formas de interrelacionarnos, o como tipos de comportamiento frente al goce. En términos psicoanalíticos, como señala Rostagnotto y Yesuron, retomando a Lacan, “la perversión es como una posición subjetiva del ser, una posición del sujeto (Lacan, 1962), la que consiste en ser un instrumento del goce del

Otro (Lacan, 2002 p. 783)” (2014: 125), es decir, el sujeto perverso se percibe como el amo que hace posible el goce del otro — recordando que el goce implica una tensión intolerable, ligado al dolor y al sufrimiento (Nasio 1998:51) —, por tanto necesita de un otro subalternizado para someterlo a su poder, causándole angustia. Teniendo en cuenta la perversión como estructura, Seoane señala que “las aplicaciones culturales del concepto, permiten afirmar que la perversión constituye un fenómeno sexual, político, social, cultural, psíquico, transhistórico, estructural [...] se expresa a lo largo de todas las sociedades y momentos históricos” (2010: 3). En la actualidad, se podría decir, que la perversión es un fenómeno cotidiano, presente en casi todos los ámbitos de nuestras vidas, incluso medía nuestras propias relaciones interpersonales y los medios de comunicación y los programas televisivos no son ajenos a este fenómeno.

Recordemos que el superyó es un yo Ideal, o una conciencia moral, que conduce nuestro actuar, y en nuestros días ya no está ligado a lo prohibido, al deber o a la culpabilidad (Vucínovich, Romero, Poves y Otero 2011: 510), sino, en estos tiempos, se castiga cuando cedemos a la tentación, y de igual manera si no cedemos a ella (Aguirre 2012: 1). Es decir, la ley superyoica de nuestra época, es la de Lacan, y su imperativo es ¡Goza! (Lacan 1972) así, se condena la falta de goce y el sujeto posmoderno “se culpa por no gozar lo suficiente” (Maresca 2006: 15). En este apartado se pretende indagar en cómo el goce perverso en el ejercicio del poder envuelve las diferentes relaciones, es decir, en la perversión y su dinámica; con tal propósito retomare la secuencia “calentómetro al gringo WTF” e identificare las claves de la estructura perversa en la conducta de Galdós.

En la secuencia “calentómetro al gringo WTF”, Galdós, el conductor del programa, es quien desde el inicio da las órdenes, es decir, Galdós es la figura de la autoridad que tiene la capacidad de decidir que se debe y no se debe hacer. Él es quien ofrece a las “chicas doradas” como objeto de deseo, pero a la vez prohíbe severamente cualquier reacción del “gringo WTF”. Este comportamiento de Galdós está relacionado con la tortura sadiana que busca dividir al sujeto. Como Ubilluz señala, “el sujeto dividido se halla entre la ley y la trasgresión; pero él no es conciente de esta división, sino el sádico es quien logra emplazar a su víctima entre la brecha de transgredir la ley y obedecerla” (Ubilluz 2006: 70).

En medio de la parodia y el espectáculo —puesta en escena que comprende dos actividades y sus respectivos sujetos, uno que se ofrece y otro que contempla, el

espectáculo (González 1999: 55) – se pretende simular que el “gringo WTF” entra en la angustiada brecha del control y acción. Es decir, por un lado, se supone que se debe obedecer la ley impuesta por Galdós, que coincide con la ley moral, que dice que las personas deben controlar su cuerpo, sus pulsiones o sus instintos en público; y por el otro, están las mujeres que incitan los deseos sexuales, y en una dinámica de seducción lo natural es una reacción física.

Galdós, en la figura del perverso sádico, empuja al “gringo WTF” a un punto límite, donde supuestamente devendría despiadadamente la angustia, en ese momento es cuando se produce la división del sujeto. Es decir, coincide con el concepto psicoanalítico del sádico que no busca el dolor en su víctima sino trabaja a favor de la angustia. Como señala Lacan: “El deseo sádico [...] sólo es posible a partir de la disociación, que se pretende introducir en otro sujeto, al imponerle, hasta cierto límite, lo que no se podría tolerar, en este momento límite, es cuando se manifiesta en el sujeto esa división, que hay entre su existencia de sujeto y lo que sufre, lo que puede padecer en su cuerpo” (Lacan 1963a). Pero como esta escena no es una situación real; el gringo no sufre la angustia de estar dividido, sino más bien la simula y además este baile en realidad no se ofrece al personaje sino más bien al televidente, es en este punto donde se entrelazan los conceptos de goce e interpasividad.

Entonces el público espectador, a pesar de saber que la escena no es real ni verdadera, goza de la secuencia, comenta insistentemente en las redes sociales y anhela estar en la posición del “gringo WTF” o en la posición de las chicas doradas. En este momento se da la dinámica de interpasividad con el “gringo WTF”; y al televidente se proporciona un goce fálico o incluso pornográfico. Sin embargo, este goce, que le es proporcionado al sujeto-televidente fantaseando que está expuesto a una experiencia angustiante, corrobora su disposición a aceptar el dolor como parte de un ritual de seducción perverso. Además, por otro lado, el televidente sufre-goza la angustia de estar dividido en el límite de cumplir su deseo de poseer a una mujer desconocida o de mantenerse al margen y seguir las leyes de la moral.

Esta angustia que padece el televidente lo ponen al límite, y lo enfrenta por un lado con las “leyes de la moral que funcionan como una estructura simbólica que regula la subjetividad y lo obligan a contenerse y por otro lado con la ley del Superyó que posee imperatividad y tiranía, que lo empuja a gozar, a transgredir la Ley y entregarse a un goce ilícito” (Aguirre 2012: 1). En esta escena igualmente se manifiesta el goce

ligado a mirar-ser mirado, lo que el psicoanálisis ha denominado el par voyerismo-exhibicionismo, en esta escena este tipo goce no es vivenciado por igual entre los sexos. Como señala San Miguel, retomando las ideas de Dio Bleichmar, “el contemplar el cuerpo desnudo de las mujeres es parte del comportamiento asignado a los varones, mientras que ofrecerse a la contemplación sería considerado propio de la feminidad” (2002: s.n.). Ya que las mujeres son expuestas para ser miradas, ellas participan del goce exhibicionista mientras que Galdós y el “gringo WTF” participan del voyerismo. Sin embargo, como veremos en el capítulo siguiente, los varones también participan de exhibir su cuerpo, su musculatura, como evidencia también de su virilidad.

Continuando con la dinámica de la interpasividad, esta escena teatraliza una situación en la cual el televidente –identificándose con el “gringo WTF”– asume la posición pasiva de ser sometido a la humillación e incluso a la muerte simbólica o por lo menos la posición de un observador impasible, impotente. Pero ésta no es la única posición que puede ocupar el televidente en el mecanismo de la interpasividad sino el mismo televidente se pone en la posición del amo sádico, que goza con ver cómo el “gringo WTF” queda dividido y angustiado. En esta escena se somete supuestamente a un extranjero, quien en el imaginario popular tiene acceso a muchas mujeres; pero el amo perverso lo convierte en un perro, en objeto de su voluntad y lo somete a su juego; al juego de la seducción y el control de su cuerpo. En este momento, el televidente tiene la oportunidad de tomar revancha contra el otro de clase hegemónica, lo controla a su gusto y lo hace sufrir al no poseer la mujer que despierta su deseo. Ambos sujetos, el “gringo WTF” y las mujeres también son sometidas por el amo perverso y son desposeídos de su agencia y quedan convertidos en objetos de goce y en un resto o residuo de la sociedad, y el televidente también se siente identificado como ese resto o residuo de la sociedad.

Después de haber sido despojado de los rasgos que sostienen su identidad masculina el “gringo WTF” ha quedado reducido a la “nada”. Mientras Galdós se convierte en el “todo”. Entonces este poder perverso del control macho masculino, se manifiesta en dos acciones exhibir el cuerpo femenino con juegos eróticos, y dominar al otro hombre minimizado el “gringo WTF”. Además, los dos personajes supuestamente sometidos, la mujer objeto y el “gringo WTF”, representan sujetos que pertenecerían a la clase hegemónica o clase alta. En este juego el hombre ofrece a las “chicas doradas” como objeto de deseo, mientras las mujeres ocupan una posición pasiva, se limitan a

obedecer las órdenes de Galdós, quien las usa como objeto de su voluntad y las someten a su juego; al juego de la seducción y el control de su cuerpo. Así quedan desposeídas de su agencia y convertidas en objetos de goce, lejos de ser sujetos de deseo.

En este capítulo hemos podido analizar como el programa permite vivenciar al ciudadano común, a través del mecanismo de la interpasividad, el goce perverso en el ejercicio del poder masculino. Así, mediante este tipo de programas el ciudadano logra primero ubicarse en una posición de poder, y es una posición cómoda y protegida ya que no requiere identificarse, y permite dominar subalternizar o subordinar a todos aquellos imaginarios que dentro del sistema jerárquico ocupan una posición privilegiada y están sobre él y además le permite poseer aquello que de algún modo le ha sido negado, por ejemplo, el poseer una mujer considerada del oro, o humillar a un gringo a o un hombre que tiene éxito entre las mujeres. Sin embargo, como nos recuerda Žižek, “no eras tu quien reía, era el Otro (la televisión) quien lo hacia. [...] es decir, puedo permanecer pasivo mientras el Otro lo hace por mí. (1999: 138), es decir, mientras Galdós se burla del orden social, el televidente se mantiene pasivo, alineado al sistema aceptando y cumpliendo ciegamente el orden social establecido.

Conclusiones

Carlos Galdós, como personaje encarna una figura superyoica transgresora particular, no tiene la más mínima intención de asimilarse a la cultura y clase hegemónica, sino por al contrario busca ampliar la brecha y evidenciar su diferencia con la misma, busca imponerse sobre personajes representativos de esta clase, destruyendo imaginarios de poder establecidos y reforzando el personaje del vivo descarado y cínico, que busca imponer su voluntad a través de la humillación y el menosprecio.

Dentro del programa los sujetos subalternizados son en primer lugar la mujer, que es cosificada y limitada al uso de su cuerpo, como herramienta para seducir al hombre y como único aspecto reconocible de la identidad femenina. La mujer a pesar de ser colocada por el hombre en posición de objeto, ella aprovecha su condición esencializada y la usa en beneficio personal, para lograr algún beneficio económico, reconocimiento o mayor visibilidad. En segundo lugar, el hombre feminizado, delicado, incluso homosexualizado, en dos versiones el extranjero ingenuo en su condición de mendigo que es incapaz de adecuarse y aprender de los códigos de otras culturas y los

hombres “guapos” de cuerpos bien trabajados o adinerados, quienes construyen una masculinidad centrada en la virilidad y las demostraciones de poseer un miembro viril de gran tamaño.

En relación al ejercicio del poder y el subalternizar están a cargo de la figura masculina, quien usa a la mujer como objeto simbólico y al otro feminizado para construir su masculinidad. La masculinidad que propone el programa nos es, la de las sociedades occidentales avanzadas, donde la masculinidad hegemónica gira en torno al mito del varón autosuficiente que compite en el mercado laboral por dinero, éxito y prestigio, ni tampoco es la mística masculinidad que permanece ligada a la belicosidad, a la supremacía y dominación de las mujeres mediante la violencia o al poderío sexual. La masculinidad propuesta en el programa deja de lado la belicosidad, la belleza y el poderío sexual y más bien centra su dominio y poder en la viveza, el descaro y la violencia sobre todo psicológica y simbólica. Para aquellos que sostienen que el “macho latino”, o que en general el hombre viril se está extinguiendo, como Jacques Alain Miller, (Waar 2008) estos programas de televisión no hacen más que reafirmar la presencia del “macho”, pero desligan la idea de masculinidad asociada a la virilidad.

El goce presente en el programa es el goce del excluido, que en aras de lograr alguna posible reivindicación se burla y niega todo orden social establecido, por ello desmerece, desprestigia y destruye a todos aquellos personajes, que gozan de algún prestigio en el orden simbólico hegemónico. Además, estos sujetos representan algo que resulta inaccesible al excluido, el ser sujeto de poder y estar en la cima de la pirámide. La televisión puede contribuir a reposicionar las identidades antes denigradas o menospreciadas, pero este reposicionamiento debe tomar en cuenta como luchar con los estereotipos y la solución no es crear otro estereotipo denigrante, o vengarse, revertir el estereotipo no es necesariamente voltearlo o subvertirlo, se trata de imágenes positivas, que logren el reconocimiento y celebración de la diversidad y la diferencia en el mundo.

Capítulo II

La búsqueda por el éxito

El goce del individualista narcisista

La sociedad contemporánea, caracterizada por el modelo económico industrial y de consumo, el libre mercado, la competitividad, el rendimiento, la eficacia, la eficiencia, la efectividad, y el pensamiento posmoderno —que se presenta como la disolución del lazo social y la supremacía de los átomos individuales (Lyotard, 1987: 15), la indiferencia a la masa (Lipovetsky, 2000: 9)—, deja atrás los grandes ideales colectivos como la solidaridad y la colaboración y se constituye de esta manera en el caldo de cultivo ideal para la construcción del sujeto posmoderno, preocupado exclusivamente en sus propios intereses, en su identidad, en la diferencia, en su realización personal, (Lipovetsky, 2000: 9) en su bienestar y su consumo, dispuesto a competir y ganar a toda costa y en todo nivel, con el único objetivo de demostrar superioridad y despertar admiración. En este contexto, surge el éxito como mandato social y se convierte en deseo incontrollable, en sinónimo de vida plena y en un mediador de relaciones interpersonales, es decir, el éxito y las competencias nos impulsa a enfrentarnos y/o compararnos con aquellos sujetos considerados como competidores, clasificando a las personas en relación al éxito. Como sintetiza Waxemberg vividos en la sociedad del éxito, del fracaso y la competencia (2011).

Pero bajo qué criterios fundamos nuestros juicios, si nuestras ideas sobre el éxito provienen de diversos contextos, de publicaciones de autoayuda, de realización personal, del marketing, de la administración de empresas, entre otras. En general, el éxito es un término difícil de definir, ya que está relacionado con el triunfo, la fama, el trascender, la realización personal, social y/o profesional, la felicidad plena, la prosperidad, o se manifiesta en la posesión de bienes materiales o simbólicos, como el ejercicio del poder, la posición económica y/o social, la educación, la belleza, lo físico, o la simple aceptación de los demás y un largo etc. Según la definición de la Real Academia Española el éxito es “el resultado feliz de un negocio” y “la buena aceptación que tiene alguien o algo” o “un fin o terminación de un negocio o asunto”; esta definición estaría asociada a la productividad y rentabilidad, como señala Osorio, retomando a Zenón de Paz, “el éxito está íntimamente ligado a la búsqueda de la eficacia, al mayor rendimiento posible en el uso de recursos[...] el hombre de éxito es aquel que produce al mayor valor de cambio” (2010).

A partir de este acercamiento, parecería que el éxito se limita al aspecto económico productivo, sin embargo, parafraseando a Osorio, la vida personal e íntima, aquella que supuestamente no estaría relacionada con la posesión material, sino más en contacto con lo subjetivo y con el reconocimiento de nuestros semejantes, también se alinea a las exigencias del éxito, y viceversa, además éxito y reconocimiento son un par inseparable, ya que incluso el éxito alcanzado “al acumular valor de cambio, dinero, en el fondo busca reconocimiento” (2010). Otra de las formas que puede adquirir el reconocimiento es la fama, según Rivière:

La fama es un hecho ligado al prestigio, la reputación y el concepto social de excelencia, y está estrechamente relacionada a los conceptos de élite, autoridad y jerarquía social... la fama del XX es una carrera sin fin: a través de la celebridad el hombre creará lograr en este mundo lo que en otras épocas le ofrecieron mitos, héroes y santos: un poder que, al hacerse presente entre una gran cantidad de humanos, parece garantizar la inmortalidad (2009: 120-121).

En algunos entornos, la fama es tratada como concepto análogo y a veces complementario del éxito, sobre todo en la televisión y en el formato *reality* de competencia. En estos programas la consigna fundamental es destacar en la competencia, obtener y celebrar la victoria individual, y el éxito se medirá en relación a la aceptación y notoriedad de los participantes en el entorno mediático, en este entorno,

la búsqueda de la fama implicaría una profunda necesidad de reconocimiento y aceptación por parte del público televidente. Así, en el presente capítulo oriento mi reflexión en la búsqueda incesante del éxito a través de distintos medios — como son el cuerpo y las relaciones personales —, lo que me llevará a dilucidar el goce impregnado en estas conductas.

El formato *reality*

Lo que define a un programa televisivo como *reality show*, se puede sintetizar en una sola oración “la vida hecha espectáculo”, es decir, una puesta en escena, hecha para ser observada. El boom de los *realities*, se inició en el Perú igual que en otros países del continente, con programas de convivencia que registraban durante las 24 horas del día las interacciones de concursantes-actores no profesionales, que no se conocían antes de ingresar a la casa; en la competencia “reaccionaban de forma espontánea, intentando superar las expulsiones, decididas por la audiencia” (Perales 2011: 121), al final los que no fueran expulsados serían los ganadores; para el registro se usaron cámaras, domos, micrófonos inalámbricos y ambientales, grabando todas las interacciones en todos los ambientes de la casa incluidos dormitorios y baños. La presencia continua de las cámaras, pretende crear la ilusión de que se está observando la vida cotidiana de manera espontánea, tal y como es, sin intervención o manipulación alguna. Pero la televisión no muestra la realidad, sino manipula e incluso “inventa una realidad de carácter televisivo” (Pérez-Hernao 2011: 52), es decir una realidad que pueda ser comercializada o vendida, fundamentando sus decisiones en una serie de estudios que indagan en la aceptación del formato. Además, como señala Cebrián, se debe entender la invención en cuanto a la “creación de contenidos y escenarios específicos[...] la televisión inventa una situación, crea unas reglas como pruebas de concurso, elige a unas personas y las somete a una forma de vida en la que cada uno tenga su comportamiento como persona” (2003: s.n.).

El éxito de este tipo de programas es indudable, aunque sean condenados y criticados por ser considerados, en relación a sus características, como televisión basura. El formato *reality* es uno de los géneros televisivos más producidos, replicados y admirados dentro de la televisión mundial, y en los últimos años, las producciones continúan incrementando y diversificándose. Además el público telespectador no es el único interesado en estos programas, en ciertas latitudes, académicos le atribuyen algunos beneficios sociales, para Perales, en los Estados Unidos, “este género es

considerado como un ejemplo de democracia, en vista de que un personaje anónimo, independientemente de su origen, puede convertirse en un ídolo o un superviviente admirado por la audiencia, así, las oportunidades de alcanzar la fama y la fortuna son aún mayores para los concursantes de los nuevos *reality-shows*” (2011: 123). El transformar un individuo común y corriente en ídolo de masas (Perales 2011), hace que el formato *reality*, en sus diferentes modalidades, contribuya a explotar ese apetito insaciable por el éxito, la competencia y la fama, ya que a través del mecanismo de interpasividad, logra que la gran mayoría de los espectadores sientan que alcanzan el éxito y piensen que en algún momento también ellos podrán participar en estos *realities* y alcanzarán el tan ansiado reconocimiento y fama.

En este segundo capítulo, el objeto central será el *reality show* de competencia por equipos de América televisión, *Esto es guerra*, programa que se transmite de lunes a viernes de 5 p.m. a 8 p.m. Además de las secuencias de este programa, se han seleccionado incidentes en sus convocatorias, noticias y reportajes de otros programas donde se habla de algunos participantes de *realities* y un video de fanáticos del programa, todas estas secuencias de programas y video seleccionados son prueba de como se ha impregnado el goce narcisista en la sociedad contemporánea.

En el programa *Esto es guerra*, la dinámica central son las competencias y pruebas físicas, de rendimiento, de destreza manual y de rapidez mental, etc., y el cuerpo es el vehículo principal en todas ellas. Como recuerda Le Breton, el cuerpo no es un dato indiscutible sino una construcción social y cultural (2002: 14), parafraseando a Pérez-Hernao, las prácticas discursivas televisivas a través del uso que se hace del cuerpo construyen, perpetúan y/o transforman nuestras ideas referidas a lo corporal, en el nivel estético, físico y simbólico, al extremo de constituirse en un “punto de referencia obligado para moldear la relación de los sujetos con su cuerpo” (2010: 9).

Además, de las competencias físicas dentro del formato *reality*, otra de las dinámicas más recurrentes es la exposición de la vida personal y privada de cada uno de los concursantes, sobre todo las relaciones romántico-sexuales entre ellos. Los concursantes exponen su supuesta vida personal a través del detrás de cámaras, que prepara el equipo de producción, y someten a juicio público sus acciones buenas y malas, siendo los jueces tanto el público como sus compañeros.

A través de estas dos dinámicas, la competencia física y la exposición de la vida privada, cada participante va construyendo su identidad frente a cámara, buscando

alcanzar una supuesta autenticidad y autorrealización, para finalmente conseguir el éxito y reconocimiento del público. Así, cada participante trata de superarse a sí mismo a nivel físico y estético y de construir una mejor vida a nivel individual y de pareja, para construirse a sí mismo como objeto de consumo, llegando a “la fetichización de la subjetividad”, o, en otros términos, la subjetividad transformada en mercancía, recordemos lo que señala Bauman, que “en la sociedad de consumo nadie puede convertirse en sujeto sin antes convertirse en producto” (2007: 25). Es decir, para que una persona pueda ser reconocida como tal, primero debe estar dentro del mercado de bienes y consumo, y esto puede darse a través del cuerpo, de la belleza o de la profesión, entre otros aspectos; por ejemplo, muchos de nosotros somos catalogados por nuestra preparación, por nuestra experiencia y nuestros logros, en este sentido somos valorados y comparados con otras personas como productos dentro del mercado laboral.

1. La cosificación del cuerpo: el cuerpo como mercancía y como prueba del éxito

Recordando a Pérez-Hernao, la televisión en su formato *reality*, refleja una serie de características de la época actual: las leyes del mercado y el consumo, la espectacularización de la vida y el surgimiento de la llamada cultura de la cirugía estética (Elliot 2008), en esta intersección, el asunto focal es el cuerpo que es tratado como objeto y mercancía (2011: 52), y usado como medio o herramienta para destacar y visto como indicador de éxito. Veamos a continuación como se construye esta relación objetual con el cuerpo y cuáles son sus implicancias, sociales y personales.

Como ya se mencionó en el capítulo anterior, la cosificación, consiste en tratar a una persona como objeto o cosa no pensante, o limitarla a una parte de su cuerpo, (Fredrickson y Roberts 1997: 175). El entablar una relación objetual con el cuerpo, implica que este puede ser usado como uno desee, porque “se asume este como un material, que puede ser corregido o modificado al antojo del sujeto” (Lipovetsky 2000: 61), en nuestros días estas correcciones se llevan a cabo a través de una serie de procedimientos o variaciones, que van desde el someter al cuerpo a entrenamientos extenuantes, dietas saludables o extremas, o procedimientos más invasivos como las inyecciones de sustancias, llegando incluso hasta la cirugía plástica estética. Si se asume el cuerpo como material o cosa, también queda sujeto a las condiciones del mercado y la economía globalizada y al consumo compulsivo, por tanto, es visto como producto que puede ser comercializado, comprado o vendido, es decir, se transforma en una mercancía de consumo (Pérez-Hernao 2011: 54). El cuerpo tratado como **mercancía y objeto**

moldeable, atravesado por el discurso del éxito y la competencia configuran lo que se ha denominado como culto al cuerpo, practica que ha llegado a transformarse en una devoción obsesiva por el funcionamiento perfecto, por la apariencia física y estética, y por la salud.

1.1 El cuerpo sometido al imperativo del éxito

Una competencia física deportiva, implica, en primer término, la existencia de un impulso de superación, que motiva al atleta a tratar de romper sus propias marcas personales, mejorar su rendimiento y/o tratar de superar a otro u otros en un enfrentamiento. Dentro de la práctica deportiva, a pesar del impulso de superación y la exigencia de la competencia, idealmente reina en ella el espíritu de solidaridad y de cooperación entre competidores. El programa *Esto es guerra*, se autodefine como un programa de competencia física, sin embargo, difiere de ella en este y otros aspectos. En las competencias físicas del *reality*, el espíritu de solidaridad entre competidores y el trabajo colaborativo en equipo resultan son categorías ausentes. Esta situación se evidencia, en como los conductores, el juez y/o voz en *off*, y los propios participantes, ejercen presión sobre el rendimiento de los concursantes. A quienes les demandan el mejor el rendimiento individual e imponerse sobre los demás participantes acostada de todo, lo que se traduce en una exigencia extrema sobre el cuerpo y una competencia intensa y descarnada.

El nombre del programa *Esto es guerra* es ya un indicio del tipo de competencia que se plantea. Al igualar este juego con la “guerra”, se le atribuye a la competencia todas las características y efectos de ella, se asume que será igual de intensa, despiadada y cruel, habrá vencedores y vencidos igual que muertos y heridos. Para analizar esta exigencia y presión en el rendimiento del cuerpo con máquina en *Esto es guerra*, tomare como punto de partida la presentación de la emisión del 13 de octubre del 2015 de la décima temporada. El programa se inicia con la siguiente introducción:

- *Voz en off: Y llego el día, al fin, el esfuerzo rendirá sus frutos “¿Ignacio, estas seguro que tu vas ha estar dentro de los finalistas?*
- *Ignacio: “no, pero sigo compitiendo, yo **todos los días compito y con varios dedos rotos**”*
- *Voz en off: hoy sabremos que equipo acumulo más puntos ...**solo uno**, gritará la victoria, **solo uno** se coronara como **el invencible**, solo uno tendra en sus manos este espectacular insentivo... quien será el ganador, Esto es **guerra rompiendo limites**”.*

Esta breve conversación, nos sirve para reflexionar en primer lugar sobre cuales son los límites del cuerpo, hasta donde se puede y debe exigir al cuerpo para ganar. Las palabras del competidor dan a entender que no importa el dolor, las dificultades o fracturas que el cuerpo pueda sufrir, lo importante es seguir en la competencia para conseguir la victoria a toda costa. La replica de la voz en *off* nos alienta a creer que no hay límites para el cuerpo, que siempre se puede exigir más, por consiguiente se invisibiliza los padecimientos y los hace ver como debilidades, además, se magnifica las posibilidades físicas del cuerpo, sugiriendo que el ganador se coronara como el invencible. En este sentido, la competencia presiona al participante a convertir al cuerpo en una máquina de poder que rinda al 100%, y que se use como herramienta para imponerse sobre los demás sin importar nada.

En segundo lugar, estas mismas líneas de la presentación introducen el mandato imperativo del éxito, ya que convoca a cada uno de los participantes a vencer a todos y coronarse como el “único” invencible. La reiteración del “solo” pone énfasis en lo solitario e individualista de la victoria, así, el éxito se plantea como una empresa en solitario, donde no hay lugar para el equipo. En palabras de Waxemberg, “en la pirámide del éxito hay menos espacio cuanto más alto se sube. Al final llega uno, que está parado sobre todos los demás [...] la competencia hace del éxito, una oposición entre unos y otros” (2011: 31-40), consecuentemente la sociedad o comunidad queda dividida en dos bandos, en vencedores y vencidos, parafraseando a Waxemberg, al enfrentar a dos grupos de personas con la promesa de un triunfo ilusorio, se encamina a la sociedad a la autodestrucción”. (2011: 43).

La voz en *off* que presenta esta emisión forma parte de una estrategia de motivación que invita a los participantes a imponerse a todo costa sobre los demás competidores. Además, la exigencia de hacer rendir al cuerpo más allá del límite y el imperativo de ganar la competencia no se le da únicamente a los competidores de este programa, sino también la recibe el público televidente, a quienes incitan a imponerse, a toda costa, sobre las demás personas de su entorno, quienes pueden ser sus colegas de trabajo o sus compañeros. Así, la persona que logre destacar e imponerse sobre los demás será el único sujeto digno de reconocimiento, el resto desaparecera o al menos se volverá invisible socialmente.

Para que el programa mantenga cierto estatus de competencia física, dentro de los participantes se incluyen deportistas de elite, como Kina Malpartida (boxeadora),

Jonathan Maicielo (boxeador), la pantera Zagarra (futbolista) sin embargo, también hay personajes ajenos al mundo del deporte, como figuras de la farándula, bailarinas, cantantes nacionales e internacionales. Para ambos tipos de participantes las exigencias físicas son las mismas, por tanto, algunos deben adoptar nuevos hábitos en el cuidado del cuerpo. Dentro de estas prácticas, se incluye desde el entrenamiento físico, con el objetivo de mejorar su rendimiento en la competencia hasta las cirugías plástico-estéticas con la intención de mejorar la apariencia visual del cuerpo. Así, el culto al cuerpo, en este tipo de programas, va más allá del rendimiento físico o superar sus marcas personales, la mayor presión está en la alineación a determinados cánones de belleza, en el cuidado y mantenimiento del cuerpo para mantenerlo acorde con las exigencias de la época.

1.2 La belleza extrema: negar y moldear el cuerpo para encajar

La competencia física sirve de pantalla para el perfeccionamiento de la apariencia estética, en este nivel, la lucha más intensa que entablan los competidores no es contra sus rivales, sino contra ellos mismos. *Esto es Guerra* es un *reality* de competencia física, sin embargo, los *castings* o procesos de selección no tienen nada que ver con el rendimiento físico, sino más bien estarían relacionados con la apariencia física y estética. Ya dentro del programa, los concursantes elegidos, a pesar de superar este primer filtro de “belleza”, no se sentirían conformes con su apariencia física, ya que la han ido cambiando con el paso del tiempo, en una búsqueda constante de “supuestas mejoras”. Esta transformación a la que se someten los concursantes demanda una gran producción física y estética, que además del entrenamiento, requiere de intervenciones quirúrgicas, conocidas como cirugía cosmético-estética, todos estos procedimientos transformadores o modeladores no son exclusivamente una cuestión de belleza, como señala Pérez-Hernao:

Forman parte de las exigencias de la época, en este orden de ideas Elliot argumenta que el **nuevo individualismo** del cambio instantáneo promovido por la cultura de la cirugía estética es configurado, y está siendo configurado, por cambios institucionales más amplios y asociados a la globalización[...] la televisión y los medios de comunicación legitiman e instauran las intervenciones quirúrgicas de carácter cosmético como una práctica social simple, mediante la cual es **posible asegurarse el triunfo** en la época actual (2011: 160-161-147).

[...] “En la sociedad global, buscar **la belleza de manera artificial**, a través de la cirugía estética, es asegurarse, supuestamente, **el éxito en todos los ámbitos**, como señala Mayer:

“Ese es el subtexto de muchos programas televisivos de cirugía estética[...] la ausencia de belleza, sugieren, impide una normal existencia” (2006).

[...] Bauman (2002), la cirugía cosmética no se vincula hoy con la intención exclusiva de **corregir las imperfecciones** o aproximarse a la forma corporal ideal negada por la naturaleza; de lo que se trata es de “**no perder el ritmo del veloz cambio de estándares**, de mantener el propio valor del mercado y descartar una imagen que ya ha rendido toda su utilidad y sus encantos, para poder instalar, en su lugar, una nueva imagen pública” (Pérez-Hernao 2011: 54)

En síntesis, en estos tiempos, mantenerse acorde con las exigencias de la época, y vigentes dentro del mercado, implica someter al cuerpo a una serie de tratamientos tan invasivos como la cirugía plástica entre otros; y esta belleza artificial adquirida nos permitiría lograr la aceptación personal y social, y alcanzar el triunfo y el éxito. Así, el estado ideal de un cuerpo sometido a este mandato imperativo del éxito, será un cuerpo transformado visto como evidencia de haber alcanzado el éxito, y usado como herramienta que permita alcanzarlo y escalar posiciones. Como el mandato imperativo del éxito, nos obliga a destacar en todos los ámbitos, requiere que nos deshagamos de todo aquello que no sirve y/o dificulta el ascenso y/o el posicionamiento en un nuevo espacio social, en relación al cuerpo implica deshacerse de una serie de características. Veamos más a detalle como operan los cambios en el cuerpo.

Para que se produzca un cambio, primero se ha de concebir el cuerpo en términos deficitarios, luego debe existir un ideal corporal que nos garantice el éxito social, sumado a una relación objetual con el cuerpo. Entonces el sujeto buscará un mejoramiento constante, a través de una serie de procedimientos “correctivos” o “de mantenimiento”, intentando aniquilar cualquier indicio de imperfección, — adquirida o de nacimiento — para alcanzar ese ideal exigido por la sociedad y el mercado, como garantía de éxito en todo nivel. Si el paso inicial para alcanzar el éxito, es la negación del cuerpo físico, es decir identificar sus deficiencias, veamos a continuación cuales serían algunas de las características o condiciones que se niegan, o son percibidas como deficitarias y no permiten para acceder al ideal de belleza global estandarizado para avanzar hacia el éxito social o escalar posiciones. A continuación, tomare como ejemplo el cambio de apariencia física de Michel Soifer.

La transformación de la cantante-participante de *reality* Michelle Soifer—registrada, documentada, difundida, celebrada y/o criticada en otros programas del mismo canal y en los de la competencia—, ha sido denominada como un cambio

impresionante. En el programa *Amor amor amor* (emisión del 16 de septiembre del 2015) se presentó la nota titulada **metamorfosis** de todo el clan Soifer, en la nota televisiva se hace referencia a una serie de cambios o alteraciones físicas de las hermanas Soifer, a continuación, analizare fragmentos del audio de este reportaje:

*“La metamorfosis de Michelle es harto conocida, pero se han dado cuenta que antes era algo trigueña y que ahora hasta tiene una tez blanca, como el finadito Jackson y que sepamos Michi no ha dicho que sufra de vitíligo, no según el médico cirujano David Luís Vela, las Soifer usan cremas que despigmentan la piel, el medico señala: para comenzar el color de la piel es significativo eso no es solo maquillaje... ese tono de piel que tenía no es el mismo que tiene ahora... /pero al parecer Michi abusa de estas cremas despigmentantes por eso su color de piel es algo fantasmagórico es por abuso de la crema despigmentante le da un blanco muerto, un blanco fantasma, cuando **tu abusas no te da un tono de blanco saludable, te da un tono de blanco fantasmagórico**”*

Como se señala en la nota el color natural de piel de Soifer es trigueño —tono de piel muy común en el Perú, ya que es el color de los peruanos de ascendencia indígena y mestiza, mezcla de españoles con andino—, mientras que el nuevo tono es un “blanco muerto” —tono de piel que puede asociarse a personas de origen europeo—. Hasta este punto una de las condiciones susceptibles al cambio es el tono de piel cobrizo, que se asocia a una condición de origen andino. Además, debo remarcar que lo que el reportaje critica es el exceso de “blanqueamiento”, ya que menciona que existe un tono blanco saludable. Con la siguiente nota ampliare, como se percibe la condición de mestiza o el origen o antepasados andinos.

Citare otra nota, sobre la transformación de la cantante, titulada Metamorfosis de Michelle Soifer, del programa *La noche es mía*, (emisión del 11 de septiembre de 2015), en esa oportunidad usaron las mismas fotos de Michelle en el reportaje anterior. En la introducción a la nota, cuando el conductor observa la primera foto sin cirugías, expresa gestualmente su desagrado y dice: *“Noooo...Déjense de vainas todavía no es Halloween, ¿quién es? ¿Avenida Meza?, mientras que se escucha al fondo “A la no que es eso”, luego con un cirujano invitado comentan las fotos y cirugías: Doctor dígame la verdad esa es Michelle Soifer, ese día Dios estaba de mal genio... no es que uno se crea lindo pero la verdad eso ya es un exceso.*



En primer término, precisaré que Avencia Meza, es una cantante de folklore, de origen andino, y mantiene una apariencia física relacionada con el imaginario de mujer andina, es decir, rostro redondo o más bien rechoncho, pómulos y mandíbulas prominentes y color trigueño. Entonces, al conductor una mujer de rasgos andinos, no le parece agradable, le genera incomodidad y repulsión, incluso ve un rostro de este tipo como un disfraz o como un monstruo. Entonces, la belleza de la mujer andina es negada y una mujer peruana solo puede ser percibida como mujer bella, si su apariencia física cambia y se aleja de ese tipo de rasgos de mujer andina. En estas dos notas, los rasgos andinos son presentados como una condición deficitaria. Adicionalmente, en la conducta de Soifer se puede identificar una insatisfacción profunda, evidencia en sus los cambios constantes que experimenta, como señala García Clanclini “en las conductas ansiosas y obsesivas ante el consumo se puede identificar una insatisfacción profunda” (1995: 5).

“[...]Michi siguió cambiando, le cambió la voz y su rostro hasta quedar así, la Michi, el sol de carácter imponente que no tenía esta reina de Ventanilla[...] las hermanas Soifer arregladitas con todas sus cirugías, para algunas como las Soifer todo pasado no fue mejor. Las dos están muchísimo mejor, además de todos los arreglos que están bien[...] (La noche es mía, emisión del 11 de septiembre de 2015)

La insatisfacción de Soifer, estaría relacionada en primer lugar al color de piel, recordemos que la piel blanca asegura mayor aceptación e ingreso a otros círculos, y admiración no solo del público sino de otras esferas sociales. Otro dato importante en este texto, es que los cambios realizados por las hermanas Soifer son denominados como “arreglos”, ósea no se trata un simple cambio, sino de corregir algo considerado como defectuoso o imperfecto. Consecuentemente, el cambiar el color de su piel, cambiar sus facciones y alejarse del imaginario colectivo asociado a lo andino es percibido como una mejora, que logra colocar a Soifer, como se señala en la nota, en una posición de poder; claramente estamos hablando de un deseo imperante por el blanqueamiento. En nuestra sociedad podemos identificar claramente, estos modelos de

alienación, que como precisa Ribeyro, aspiran a estar en la posición del sujeto de clase alta, para lo cual tienen que borrar todos aquellos rasgos que lo identifican con lo que es de nacimiento, nos pintamos el cabello, cambiamos nuestras ropas, cambiamos nuestra forma de pronunciar las palabras, adoptamos otro acento, etc. (Ribeyro 1954). La participante se sentiría incómoda con acercarse al imaginario colectivo de un tipo social-racial que no tiene éxito, o que no es aceptada en ciertos círculos sociales.

Continuando con el audio de la nota *Amor amor amor*:

“[...]vamos con los retoques de la churry Candy, no, no nos responsabilizados por el susto que esto pueda ocasionar a la vista /se ve la foto anterior de Soifer y se oye un grito de terror/ allí está para los que están con hipo[...]pero que se ha hecho, pues de todo, /el médico cirujano señala: primero tiene lo que llamamos la cirugía de mejillas, que es para afinar la mejilla, esa mejilla que vemos allí es una mejilla rechoncha, a comparación de la mejilla más planita hundida que tiene en el post, nariz ancha y colgada [...]se ha puesto el mentón[...] /asu otra cara la de la churri candy[...]se habría afinado el rostro, operado la ñata y etc., etc.” (Emisión 16 de septiembre 2015)

Al presentar la foto de la hermana de Michelle, Christianne Soifer, sin cirugías, ambientada por un grito de terror, antecedida por una advertencia sobre el supuesto daño a la vista, y con la frase para los que están con hipo, (relacionando las fotos de Soifer con el miedo), demuestra la poca aceptación que tendría la joven sino se hubiese realizado alguna cirugía. Entonces, el tener un rostro redondo o grueso “rechoncho” es una cualidad percibida igualmente como deficitaria, ya que el cirujano describe la operación de mejillas como un afinamiento, es decir volverla más fina, incluso el diminutivo “planita” deja en claro cuáles son las preferencias del doctor, además, los cambios a los que por voluntad se sometieron las hermanas Soifer son percibidos como mejoras.

En otro reportaje en el programa *Día D* emisión del 3 de marzo de 2013, la propia Soifer afirma que cuando cantaba tecnocumbia no estaba muy feliz con su cuerpo,

“Al inicio para mí fue muy difícil, por qué yo era muy flaca, que iba vender yo [...] pero yo todos los días decía diosito por favor dame un poquito de piernitas pompis, por favor un poquito más gorditas [...] es más yo de chibola me ponía dos pantalones para verme más voluptuosa, pues el de arriba escucho su plegaria y ahora nos muestra a una infartante mujer,”

En el mismo programa un año más tarde, califican el cambio de Michelle como alucinante, y subrayan que

“el cuerpo que hoy luce más proporcionado que nunca, no siempre fue así[...]poco a poco ese cambio fue notorio hasta ir cambiando a una guerrera imparable y súper fuerte, que sin embargo no se veía bien, esto origino hace cuatro meses una dieta estricta y una rutina de ejercicios” (27 de abril 2014)

Entonces un cuerpo delgado, sin prominentes pechos y piernas bien torneadas es también concebido como deficitario y ha de mejorarse y moldearse con cuantas cirugías, y visitas al gimnasio sean convenientes, lo prominente, voluptuoso es sinónimo de belleza. En estas declaraciones también se puede evidenciar la relación del cuerpo y la autoestima, como se profundizará más adelante.

Otra estigmatización que pesa sobre el cuerpo, hoy en día, es la vejez. La televisión o cualquier otro medio de difusión masiva, limita el acceso a gente mayor, o a aquella que muestra abiertamente los efectos del paso de los años en su rostro o cuerpo, es decir arrugas, labios delgados, flacidez de la piel en el rostro y cuerpo, canas, etc., estas exigencias son mayores sobre todo para la mujer. Para continuar vigentes, la gran mayoría de presentadoras de televisión borra las huellas de la edad, los ejemplos son innumerables, por citar algunas mencionaremos a Gisela Valcárcel, Magaly Medina, y esta práctica no es exclusiva de presentadoras del espectáculo, sino también conductoras de noticieros de noticieros se alinean a este mandato, por ejemplo, Mónica Delta. Las tres conductoras antes mencionadas Valcárcel, Medina y Delta pasan de los 50 años, entonces sería natural que el paso de los años se evidencie en su cuerpo. Sin embargo, en los *realities* de competencia, la gran mayoría de los participantes no pasan de los 30 años, y aquellos que pasan ésta edad son etiquetados como “viejos”.

La edad, en este tipo de programación, es vista como una condición que desmerece, incluso degrada al participante. Cuando entablan discusiones acaloradas, usan la edad como insulto, para atacar y desprestigiar a sus oponentes, este comportamiento se da con mayor frecuencia entre participantes mujeres; por ejemplo, citaremos el intercambio de palabras entre Ivana Iturbe y Michelle Soifer, quien reclamaba la no participación de Iturbe (emisión 13 de septiembre 2015):

- Michelle Soifer, al notar la ausencia de la guerrera en la competencia: *¿Por qué nunca ponen a Ivana Ytube? ¿Ya la eliminaron acaso? ¿Está para qué?”*
- Ivana Iturbe responde: *"Esto depende de producción. Yo no me voy a poner a discutir contigo Michelle porque mi mamá me enseñó a respetar a mis mayores"*
- Michelle Soifer añade: *“no entiendo por qué llora. La que debería estar llorando soy yo porque prácticamente me llamó vieja. Yo estoy entrando recién y me estoy*

sacando el ancho, pero compito para ser mejor. Si Natalie llegó a ser una de las mejores es porque se puso a practicar”.

Luego de la intervención de Iturbe, el gesto de la conductora — quien se toma la cabeza como entendiendo que esta a punto de generarse un conflicto — evidencia que las palabras de la participante, intentan remarcar la diferencia de edades entre ella y su oponente Soifer, con el objetivo de generar una escala jerárquica en base a la edad, donde las personas de menor edad son las que están mejor posicionadas; así, la intención de Iturbe era tratar de descalificar a Soifer en base a su edad. Lo que queda corroborado con la respuesta de Soifer, quien añade, que ella es la que debería llorar, la afirmación de Soifer, prueba que el tener mayor edad y ser calificada como “vieja”, es una situación que las personas tienen que lamentar.

Como ambas concursantes no pasan de los 30 años, se podría decir que estamos hablando de sujetos jóvenes, sin embargo, las exigencias de la sociedad, han logrado que los límites entre la vejez, la adultez y juventud se vuelvan confusos, que se incrementa el miedo por la vejez y la muerte y que ningún cuerpo pueda ser considerado liberado. Como señala Le Breton, un “cuerpo liberado sería idealmente, un cuerpo joven, hermoso, sin ningún problema físico”, en este contexto, se entiende por liberación del cuerpo, cuando desapare cualquier preocupación sobre este (Le Breton 2002: 9-10). Es decir, en un cuerpo joven, lleno de vida, las preocupaciones no tendrían porque existir, ya que funciona como una máquina nueva. Paradojicamente hoy en día, ni un cuerpo joven, hermoso y sin ningún problema físico es un cuerpo liberado, por que, hoy día, se cree que no existirían cuerpos hermosos, ya que están llenos de imperfecciones, por tanto han de ser moldeados constantemente según las exigencias de la época mundo (Pérez-Hernao 2011: 51) para poder ser aceptados, vendidos, comercializados y consumidos.

Como sostiene Lipovetsky retomando a Chr. Lasch: “la necesidad permanente de ser valorado y admirado por la belleza, el encanto, la celebridad hacen la perspectiva de la vejez o la decadencia se hace intolerable”(2000: 61). Prueba de ello es que la gran mayoría de participantes de los *realities* de competencia no exceden los 25 años, y a pesar de su corta edad, gran número de ellos ha cambiado su apariencia física a voluntad o por lo menos tienen dos cirugías estéticas y otras cosméticas. Michelle a la fecha de este análisis no pasa de los 28 años, y según el especialista debe haber invertido más de 40 mil soles en cirugías, y serían unas 4 o 5 intervenciones. Y cuando en una entrevista

le preguntan si ella se haría cirugías para disminuir los rasgos de vejez no duda en responder que apenas aparezcan señales de vejez, ella acudirá al cirujano, para cualquier retoque. Además, en la declaración antes citada, su oponente Yturbe, la ha calificada como una persona mayor cuando ninguna de las dos pasa los 30 años, parecería que en estos ámbitos la vejez se inicia a temprana edad. Como sintetiza Lipovetsky retomando a Chr. Lasch: “**el miedo moderno a envejecer y morir es constitutivo del neone narcisismo**” (2000: 61), esta sería la razón por la cual hablar de vejez a esta edad es un insulto potente y válido.

En los *realities* de competencia, el cuerpo de la mujer tiene una doble exigencia, por un lado, su cuerpo debe estar preparado para redir al máximo en las competencias físicas y del otro su apariencia física debe encajar dentro de un estándar de belleza hegemónica. Para cumplir con ambas exigencias, la anatomía femenina ha sufrido una serie de cambios; en pro de rendir al máximo en la competencia, hoy en día, las mujeres también celebran tener la musculatura bien marcada, libre de grasa, verse, sentirse y ser más fuertes físicamente. Adicionalmente, esta exigencia física a la que es sometida la mujer, es subordinada al condicionamiento de belleza hegemónica. Así las competidoras de estos *realities* siempre deben estar sumamente arregladas cabello bien liso y peinado, ojos y boca pintados, uñas largas y pintadas. Por más que las competidoras corran, salten, participen en un juego dentro del agua y se mojen o el cabello se manche o esté lleno de talco, ellas no deben dejar de verse bien, ni estar desarregladas. Así, ellas se esfuerzan por permanecer siempre bien maquilladas y peinadas, como bellas muñecas de porcelana, el arreglo o maquillaje sigue siendo una exigencia para la mujer, como lo comprueban las declaraciones de Michelle Soifer, en un reportaje de las chicas de los *realities*. *Historias secretas* (21 octubre. 2014), ella relata frente a un espejo:

“*acá es donde paso la mayor cantidad de tiempo, acá me quedo horas tras horas*”.

La belleza y el arreglo personal, para buena parte de las mujeres son imprescindibles y deben invertir la cantidad de tiempo que sea necesario, así sea la mayor parte de su tiempo, sin embargo, este mecanismo forma parte de las exigencias de la época. Hasta aquí hemos como en este tipo de programas *reality*, el cuerpo de la mujer se somete a una serie de exigencias, como son el color de piel, la voluptuosidad, la juventud y el arreglo personal, todo ello dentro del mandato imperativo del éxito, el rendimiento y la

eficacia, con el objetivo de alcanzar el reconocimiento, traducido en fama y el público que ve este programa goza.

1.3 El cuerpo como marca de diferenciación social, imitación

Como lo explica Bourdieu, en su artículo Notas provisionales sobre la percepción social del cuerpo, el cuerpo humano es considerado como producto social, moldeado por la cultura, los sistemas sociales, las relaciones de trabajo, de poder, los hábitos de consumo, el gusto (1986). Dentro de estos diversos sistemas y estructuras sociales de pertenencia y clasificación, el cuerpo del sujeto es moldeado y marcado de manera diferenciada, lo que lleva a Bourdieu a proponer que a cada clase social le correspondería una noción de cuerpo; a los que “dominan” le correspondería la noción de cuerpo legítimo, mientras que a los “dominados” les corresponde la noción de cuerpo alienado (1986: 185-187). Así, el cuerpo es sindicado como un diferenciador social, es el signo del individuo, el lugar de su diferencia, de su distinción. (Le Breton, 2002: 9), es decir, a través del cuerpo y las marcas que en él se inscriban, producto de la socialización, se puede diferenciar entre un hombre y otro y sus adhesiones o pertenencia a determinados grupos o clases sociales, el cuerpo nos hace semejantes a un determinado grupo y diferentes de otro. Es precisamente la lógica de Bourdieu, la que domina la selección de participantes a los *realities* de competencia, el cuerpo se postula como un **elemento esencial para definir, identificar y clasificar a las personas**. En este apartado analizaremos la selección que se hace de los participantes a este *reality*, por tal motivo los sucesos que se tomara en cuenta son videos donde se evidencia el reflejo de este goce fuera de los escenarios de televisión.

Para acceder a participar en estos programas, igual que en cualquier otro trabajo se pasa por un proceso de selección, sin embargo, los criterios o requisitos para estos procesos no están muy bien definidos, ni son precisos. Las convocatorias para *Esto es guerra*, en un principio, fueron abiertas, actualmente, las contrataciones son realizadas a puerta cerrada, ya que la gran mayoría de participantes son los mismos, y van rotando de un programa a otro. En el programa *América Noticias Espectáculos* (19 mayo 2014), una nota televisiva ilustra el casting de la sexta temporada, al cual se presentaron 4800 jóvenes, se preseleccionaron 10 y finalmente la producción solo selecciono a 3. Según Cathy Sáenz, productora de programa, no solo se trata de belleza y condición física, la producción busca algo especial:

*“primero el **carisma**, ósea es lo primero que debe tener, tienes que verlos y una **sonrisa te tiene que llevarte**, ósea te tiene que hacer sentir, el carisma, el carisma te lleva a convertirte en fanático de ellos, ya con el **ángel** allí puesto, **ya todo se desarrolla**”.*

A partir de las declaraciones de la productora del programa, entendemos que el criterio base de la selección de participantes es el “carisma o el ángel”, lo cuales serán observables en una sonrisa, entendemos por “carisma”

*la cualidad que pasa por extraordinaria, de una personalidad, por cuya **virtud se la considera en posesión de fuerzas sobrenaturales o sobrehumanas, o como enviados del dios**, o como ejemplar, y, en consecuencia, como jefe, caudillo, guía o líder.* (Weber1993: 193)

Retomando a Bourdieu, el carisma y el encanto, formar parte de la soltura y la seguridad que se siente al poseer un cuerpo legítimo, al saberse poseedor de la virtud, sabedor de características distintivas, entonces el carisma y el encanto estarían íntimamente relacionados al concepto de cuerpo legítimo, en palabras de Bourdieu “el encanto y el carisma expresan el poder de imponer como representación objetiva y colectiva del propio cuerpo y del ser propio la representación que un individuo se hace de ellos hasta el punto de obtener del otro” (1986: 188). Entonces el carisma es posesión de aquel que se siente seguro de si, esta relacionado con conciencia de si mismo, recompensas máximas del reconocimiento social. Lo que nos cuestionamos ahora es como la producción del programa esta valorando el carisma desde el punto de vista estético, físico o ético. Sin embargo, el incidente ocurrido el 17 de febrero del 2015, durante la convocatoria de *Esto es guerra teens*, permite entender el trasfondo de las palabras de la productora y los criterios de selección.

En esa oportunidad se congregaron gran número de asistentes, provenientes de diferentes partes del país, y se armó un gran revuelo, que provoco la cancelación del proceso de selección y gente en la comisaría. A pesar de que esta fue una convocatoria abierta para el público en general, el ingreso para el casting fue diferenciado, es decir no todas las personas que asistieron pasaron las pruebas. Por un lado, estaba el ingreso directo sin colas, los personajes que ingresaron de ese modo fueron el hijo de Leslie Stewart, la hermana de Alejandra Baigorria (concursante de *reality*), la hija del puma Carranza (ex jugador de *football*), la hija de Melissa Loza, que tenía 13 años, aunque la convocatoria era para adolescentes entre 15 y 17 años, ella paso el *casting* a pesar de su edad. Todos los familiares de famosos ingresaron, sin hacer ninguna cola, sin esperar, incluso Leslie Stewart declaró que le dieron una cita para que asistiera a determinada

hora. Del otro lado, estaban los demás concurrentes al casting quienes esperaron frente al canal desde el día anterior, incluso durmieron allí, y esperaron por horas a ser atendidos (YouTube-OtroNivelTv).

Otro de los sucesos ocurridos en esa oportunidad, fueron las denuncias de los concurrentes, madres y algunos chicos que pasaron el *casting*, ellos señalaron que se les pidió que se tiñeran el cabello de un tono más claro y que corrigieran la desviación de su nariz con cirugía plástica (YouTube-OtroNivelTv), otros señalan:

“Solamente pasabas, te miraban y tenías que sonreír y nada más, /la productora dijo/ solamente voy a escoger a los que tengan presencia y buena sonrisa, ni siquiera te pedían tu nombre”. La productora, seleccionaba a determinadas personas dentro de las colas, jóvenes de piel blanca, ojos celestes, cabellos rubios o pelirrojos (pintados), buen trasero y buenos pechos (YouTube-OtroNivelTv)

La productora negó la existencia de estos incidentes, y luego del incidente de la comisaria Mariana Ramírez del Villar, también productora del canal, señaló que:

“No se volverá a dar una convocatoria abierta, es demasiado riesgo, sobre todo cuando algunos no saben comportarse y crean caos y finaliza indicando que el Perú no tiene la cultura en este tipo de elecciones”. (mott s.f.)

Este recuento de sucesos, me permitirán reflexionar, en la relación del cuerpo y la clase social y a la vez ir identificando patrones y conductas relacionadas con el goce inmerso en estas acciones y la interpasividad. La diferenciación social, fundamentada en primer lugar en la clase social y en segundo término en el cuerpo, ya que algunos no hicieron la cola para pasar el casting y en su lugar se les dio citas y horas de ingreso, mientras otros tendrían que formar largas colas e incluso dormir la noche anterior para ser atendidos. La pertenencia de los participantes a diferentes clases sociales cierra o permite los ingresos, y en esta situación, el hijo de la ex modelo Stewart, al igual que los otros parientes de conocidas figuras de la farándula, están en clara ventaja y gozan de todos los privilegios de pertenecer a la clase social hegemónica que les garantizaría una serie de ingresos. Además, como señala Mario Margulis “el cuerpo legítimo, aunque se gesta en una clase determinada, la trasciende y opera como modelo, como prescripción en toda la sociedad” (2003: 121). Esa sería la razón, por la cual algunos participantes de la cola pudieron ingresar, el aproximarse a ciertos rasgos igualmente abre puertas, poseer un cuerpo legítimo significa accesos infinitos en el orden social, y del otro lado un cuerpo alienado indica restricciones.

El resto de participantes, “el pueblo”, al no pertenecer a la clase social hegemónica ni aproximarse a un cuerpo legítimo, primero no tendrá ningún tipo de acceso preferencial, ni citas por teléfono, y para ser seleccionados necesitan realizar ciertas “correcciones” y ajustes al cuerpo, o, en otras palabras, deben aproximarse o mejor dicho alinearse a los patrones hegemónicos estéticos y acceder así o aproximarse a un cuerpo legítimo, de lo contrario cualquier acceso será negado y el participante rechazado. Las personas que no se alineen a tales parámetros, podrías ser anuladas en el plano social, como lo señalaron algunos de los asistentes al *casting*; a la productora no le interesaba ni siquiera el nombre o la edad, o cual sería su talento o habilidad, simplemente fueron tomados como objetos sin identidad. Además, como bien señala la productora, solo era imprescindible una sonrisa, su carisma, y lo único que interesaba de ellos era su apariencia corporal y que tan cercanos estaban del cuerpo legítimo, para ver si eran objetos consumibles o no por el público.

Frente a la última frase de la productora “el Perú no tiene la cultura en este tipo de elecciones”, nos surge la pregunta a que actores sociales reemplaza el Perú, acaso los parientes de personas famosas no son parte del Perú, en esta frase el término “Perú” reemplazaría a los sujetos no elegidos, quienes son calificados “sin cultura”, esta última frase es asociada cotidianamente a la falta de preparación académica, y es usado como sinónimo de ignorantes de manera peyorativa, la “falta de cultura” suele ser vista como una característica moralmente degradante. Lo que nos recuerda que a través del cuerpo se pueden normar otros aspectos. Por último, porque se realiza una convocatoria masiva, si al final solo se seleccionaron aquellos participantes que tenían ya algún tipo de fama ganada. La respuesta, sería simple y estaría relacionada al mecanismo de interpasividad y al goce; para dejar que la gente de alguna manera se sienta identificada con el programa y piense que en algún momento serán ellos, los que compitan y alcancen la fama o puedan ser seleccionados, mientras cada uno de estos personajes sufre la presión del éxito y somete a su cuerpo a cualquier tratamiento, el sujeto común y corriente se mantiene pasivo, sin embargo goza y esta sometido al mandato imperativo del éxito a través de ellos.

Como señala Margulis, “los patrones estético hegemónicos tienen un trasfondo político; es decir, a la escala socioeconómica le corresponde una escala estética y en este sentido, se genera toda una jerarquía (arraigada en el sentido común) donde cada uno se sitúa, y/o es situado por los demás” (2003: 121). Así, las personas de sectores

socio-económicos altos están en la posesión de un cuerpo legítimo (Bourdieu 1986), y aquellas que adopten patrones estético y códigos de estos sectores lograrían de algún modo mimetizarse con los grados más alto de la jerarquía social, y como señalan Ferrante y Ferreira, en nuestra sociedad capitalista, esta aproximación trae consigo una serie de beneficios “el acercamiento al cuerpo legítimo genera ganancias en términos de capital simbólico y en términos de capital económico” (2011: 94). En este sentido el cuerpo permite una movilidad social, en otros términos, el aproximarse a estos patrones legítimos se convierte en una condición para alcanzar el éxito o el reconocimiento, por ejemplo, si un futuro participante accede a los cambios físicos que sugiere la producción, como una operación de nariz u otro tono de cabello, entonces podrá mejorar su grado de aceptación en este tipo de programas, incrementando así su capital simbólico, es decir será mejor visto por la sociedad, su grupo de amigos, etc., y además tendrá otros accesos que pueden traducirse en cambios económicos.

Así, estos patrones culturales hegemónicos de belleza actúan como mecanismos de control y no solo del cuerpo, ni se limitan a los *sets* de televisión, sino están inmersos en todos los otros ámbitos de la sociedad. Citaremos cualquier anuncio de periódico, para un puesto de recepcionista, como título lleva recepcionista de buena presencia y al final menciona mandar hoja de vida con foto, en primer lugar, qué se entiende por buena presencia, cuáles serán los cánones de belleza sobre los cuáles son juzgadas las candidatas a ese empleo y cuál es la relación de la buena presencia y el trabajo de la recepcionista, ¿mejorará su rendimiento? o tal vez a través de la foto podrán notar su “carisma”. Estas preguntas llevan buen tiempo sin resolver, pero es obvio que serán juzgadas por los patrones hegemónicos de belleza, mientras la belleza sea considerada un valor a un factor para el éxito y en el caso peruano la belleza está relacionado al color de piel y a una serie de rasgos europeos. Esta presión por el cuerpo e ideal de belleza europeo se ha convertido en una situación recurrente, que pasa desapercibida, por su misma cotidianidad, prueba de ello son los catálogos y publicidades de tiendas por departamentos con modelos de rasgos europeos, entre otros medios.

Los datos de *rating*, me permiten corroborar que la audiencia de este programa esta compuesta por público de los tres sectores socio-económicos; a pesar de que todos ellos están sometidos al mandato del éxito, cada sector gozaría del programa de modo diferente. Teniendo en cuenta el análisis previo de sucesos, las exigencias para el sector D-E serían diferentes. (Kantar IBOPE Media – consulta 10 de agosto de 2016)

<i>Esto es guerra</i>	Perú HMAB	Perú HMC	Perú HMDE
2013	5.4	5.6	8.5
2014	5.6	6.8	10.8
2015	4.9	7.1	10
Fuente de los datos: Kantar IBOPE Media			

En estos datos se evidencia mayor preferencia del sector DE en relación a los demás sectores. Los miembros de este sector a través del mecanismo de la interpasividad, sentirían que son ellos quienes alcanzan el éxito, gozan de la fama, son aplaudidos y celebrados dentro de estos entornos, mientras que dentro de su propia realidad se sienten presionados por las exigencias del éxito a moldear su cuerpo para alcanzar el éxito y el reconocimiento. Esta misma situación se evidencia en los *castings* de televisión, los asistentes a ellos son personas de sectores menos favorecidos que aspiran convertirse en personajes de televisión, para sí alcanzar la fama y el reconocimiento.

1.4 Ajustarse a los patrones a cualquier precio

La autodisciplina es otra forma en que la sociedad controla y ejerce presión sobre el cuerpo del sujeto, para encajar en los patrones hegemónicos, del denominado cuerpo legítimo (Margulis 2003: 121). Esta autodisciplina consiste en la interiorización de una serie de parámetros, normas y conductas que el sujeto lleva a cabo con el afán de ajustarse al cuerpo legítimo y ser aceptado por la sociedad, además esta adaptación de patrones es vista como un medio para alcanzar el éxito. El programa *Esto es guerra* promueve en el público una serie de comportamientos con el afán de ajustarse a los patrones de belleza hegemónicos, a continuación, reflexionare sobre un par de incidentes que evidencian como el goce presente en este tipo de programación incide en el público.

La noticia del 15 de junio del 2015, en la que un adolescente de 17 y un niño de 10 años se inyectaron petróleo en el cuerpo, ilustra esta intención por acoplarse a los patrones del cuerpo legítimo. Según Óscar y Juan, su intención era obtener músculos como los de sus ídolos de televisión del programa *Esto es guerra*. Así, Óscar y Juan Huallpa, aprovechando que su madre Sebastiana había ido a trabajar al campo, decidieron comprar petróleo y una jeringa e injertárselo en los músculos. Según las declaraciones del adolescente, se había **cansado de realizar** ejercicios todos los días y no obtener los mismos resultados que sus ídolos Nicola Porcella o Yaco Esquenazi.

*"Leí en el Internet que ellos (Nicola y Yaco) se habían inyectado aceite en sus extremidades para **obtener sus músculos**. Por eso decidí inyectarme petróleo para ser como ellos".*

En otro video viral de YouTube, se observa a un niño, de aproximadamente 11 años de edad, haciendo abdominales, en su cama

*"Nan, pues acá preparándome, para esto, estoy entrenando duro, sigo dándole duro para ir a Esto es guerra, voy a ser el nuevo Nicola, tengo que ser, vale la pena, **quiero superarme, quiero ser famoso**."*

La conducta de estos adolescentes, nos permite introducir el concepto de cuerpo alienado, que, según Bourdieu, "está relacionado con la probabilidad de sentirse incómodo en el cuerpo de uno (forma por excelencia de la experiencia del "cuerpo alienado") el malestar, la timidez o la vergüenza son tanto más fuertes en la medida en que es mayor la desproporción entre el cuerpo socialmente exigido y la relación práctica con el cuerpo que imponen las miradas y las reacciones de los demás (2000: 85). Para estos jóvenes su cuerpo está en una condición deficitaria, y debe ser moldeada de manera similar a la de sus "ídolos" y para ello los adolescentes someten a su cuerpo a cualquier situación por extraña que parezca, y los cambios y resultados que se persiguen deben ser inmediatos y no deberían demandar mucho tiempo.

Lo que nos interesa puntualizar, no es solo la copia o adaptación de un patrón de belleza hegemónico, sino identificar como el mandato del éxito ha calado en los adolescentes. Los dos adolescentes **buscan imitar** o acercarse al cuerpo de un sujeto celebrado y aceptado por la sociedad (el cuerpo legítimo de Nicola Porcella), con el propósito de alcanzar el éxito o **reconocimiento**, entendidos como **fama**. La conducta de estos adolescentes al igual que sus declaraciones, deja clara la **predisposición a transformar el cuerpo y someterlo a cualquier procedimiento por extraño que parezca, con el objetivo de acercarlo a las demandas sociales que aseguran el éxito y el reconocimiento**. El otro punto importante a destacar es ver como los conceptos **de fama y superación** son entendidos como sinónimos, "quiero superarme, ser famoso" y cuales son las implicancias de esta sinonimia. Si nos limitamos a la definición del verbo superar según la Real Academia Española (RAE) tendremos que se trata de "ser superior a alguien; vencer obstáculos o dificultades, rebasar un limite, o hacer algo mejor que en otras ocasiones", es decir, la fama — producto de alcanzar un cuerpo similar al de sus ídolos—; permitirá que estos jóvenes se sientan superiores, en

determinados niveles, o piense y sientan que tienen o tendrán acceso a otro estatus social o talvez sientan que serán capaces de vencer una serie de obstáculos en sus vidas, o tal vez piensen que al conseguir este tipo de figura están haciendo mejor las cosas. En suma, la palabra superación implica en cierto sentido una mejoría en determinados aspectos, entonces la fama será la herramienta de la cual ellos se valdrán para mejorar sus vidas.

Retomando el concepto de mimesis de Bhabha (2002), que implica un proceso de asimilación y copia de una serie de conductas y patrones; sin embargo, como bien señala Bhabha, un negro nunca será un blanco. La mimesis obliga al sujeto adoptar patrones hegemónicos, en este sentido es usada como un mecanismo de dominación y como un negro por más que se acerque al patrón imperante jamás escapara de su condición de negro, en este sentido la mimesis continúa marcando la diferencia y las jerarquías. Es cierto que cada sujeto que busque ajustarse a ese modelo deberá llevar a cabo todo un trabajo, y una serie de mecanismo de producción, lo que tendrá como recompensa el acceso a una forma “particular de capital simbólico que es el capital estético, el cual podrá garantizarle o al menos facilitarle una participación exitosa en muchos órdenes de la vida” Margulis 2003: 122). Al final, la persona que se acerque a estos patrones siempre resultara siendo una copia que busca asemejarse a los patrones, estas conductas implican la no aceptación de su diferencia y lo conmina a una suerte de inferioridad continua, porque nunca podrá ser completamente eso a lo que se aspira.

1.5 Veneración de la transformación del cuerpo para alcanzar un ideal

El cuerpo humano, es una entidad que se moldea en relación a nuestras actividades, y es juzgado y sometido a las exigencias de la sociedad, así un cuerpo ilegítimo es rechazado mientras que el cuerpo legítimo es aplaudido y celebrado, hasta convertirse en objeto de culto. En los *realities* de competencia, el cuerpo es presentado como medio o herramienta para acceder y escalar estratos sociales y como evidencia de haber alcanzado el éxito. En palabras de Margulis, “el cuerpo se convierte en capital estético y[...] que actúa como marcador y diferenciador social, una usina generadora de prestigio y poder” (2003: 121). A continuación, analizaré como en el programa *Esto es guerra*, el cuerpo se transforma en una empresa productora de prestigio.

Regularmente cada tres meses se inicia una nueva temporada, cada temporada implica cambios en la composición de los equipos, nuevos ingresos o concursantes

excluidos, a pesar de que en ciertas ocasiones los participantes son los mismos, las presentaciones tratan de magnificar y endiosar al participante. En la emisión del 15 julio de 2014, cada participante fue presentando como incógnito, cubierto por una bata y una capucha, sin embargo, no todos tienen la misma bienvenida, en este caso tomare como ejemplo una de las presentaciones más celebradas, me refiero a la presentación de reingreso de Michelle Soifer. A partir de su participación en este tipo de programas el cuerpo de Soifer ha sufrido una serie de transformaciones físicas y estéticas, ella moldea su musculatura diariamente se hace más fuerte y más delgada a través de una serie de rutinas de entrenamiento, esta preparación física serviría por un lado para mejorar su rendimiento dentro de la competencia, e igualmente para destacar y tener notoriedad frente al público. A nivel estético la fisonomía de Soifer, ha sido moldeada en relación a un ideal de belleza occidental hegemónico, la hoy modelo y cantante pop se ha sometido a todas estas modificaciones con la intención de lograr mayor aceptación social y transformar su cuerpo es un elemento diferenciador.

Retomando el análisis, la escena comienza con los conductores a ambos lados del participante, quien está en medio del *set*, la voz del conductor retumba en el *set* y presenta a Soifer como un cambio impresionante de *look*, enseguida la participante, vestida con diminutas prendas, se quita la bata y recorre todo el *set* bailando y exhibiendo su nueva cabellera negra. Mientras la voz en *off* grita “se viene abajo el *set*”, el conductor la denomina como la mujer maravilla y se inclina y arrodilla ante ella.

Como señala Pérez-Hernao “el *reality show* condensa la tríada “consumo, *star system* y culto corporal”. Así, el formato parece erigirse como el nuevo metarrelato de la época postmoderna: un cuerpo modelado por los parámetros de belleza dictados desde *Hollywood* (escenario del *star system*)” (2010: 7). Las palabras de Matías Bribio, el presentador, dejan claro, que el cuerpo legítimo expuesto en la secuencia de presentación de Michelle Soifer, es un cuerpo similar al de la mujer maravilla, un cuerpo a cual el propio presentador le rinde homenaje y se inclina ante él, el público aplaude y aclama, y con el baile Michelle se adueña del *set* de televisión, además el enfoque de la cámara logra que ella se vea mucho más grande y el dorado de su bata contribuyen a realzar su valor, igualándola al oro y al sol, alrededor del cual giran todos.

En otro programa, del mismo canal, *día D* (emisión del día 27 abril del 2014), se presentó el mismo cambio en Soifer, en esa oportunidad su transformación fue

calificada como alucinante, y subrayan que “no se puede dejar de lado la **transformación** que ha sufrido uno de los **cuerpos más deseados** de la televisión peruana”, enseguida se muestra un video de imágenes seductoras de la modelo, con música acorde con el tema, y una voz en *off* va describiendo las imágenes:

“el cuerpo que hoy luce más proporcionado que nunca, no siempre fue así[...] poco a poco ese cambio fue notorio hasta ir cambiando a una guerrera imparable y súper fuerte, que sin embargo no se veía bien, esto origino hace cuatro meses una dieta estricta y una rutina de ejercicios.”

El reportaje televisivo presentado, corrobora el valor y la potencia que se le asigna la transformación del cuerpo, en primer lugar, producto de este cambio el cuerpo de Michelle tiene otro estatus; “**hoy luce más proporcionado que nunca no siempre fue así**”, en este sentido, el cuerpo de Soifer es visto en la actualidad como un **cuerpo legítimo, y además digno de deseo**, “uno de los cuerpos más deseados de la televisión peruana”. La nota televisiva permite corroborar la idea de que un cuerpo transformado y moldea siguiendo los estándares exigidos por la época puede obtener o ser visto como “un don adquirido” (Margulis 2003), es decir, a un cuerpo transformado y nuevo, inmediatamente se le asigna una condición divina: bello, resplandeciente, fuerte y, por su puesto, inmortal, digno de una diosa como se verá más adelante. La manipulación del cuerpo en pro de alcanzar un estatus de belleza es bien recibida, y es una determinante para el éxito, estos cambios realizados por Michelle logran que su cuerpo sea visto como un cuerpo imparable, y llevan a colocar a Michelle en **una posición inalcanzable**, de carácter imponente, muy por encima de cualquier mortal.

“[...]Michi siguió cambiando, le cambió la voz y su rostro hasta quedar así, la Michi, el sol de carácter imponente que no tenía esta reina de Ventanilla[...] si terminaron con la retina dañada por ver esto, sorry, pero aquí les dejamos a las hermanas Soifer arregladas con todas sus cirugías, para algunas como las Soifer todo pasado no fue mejor. Las dos están muchísimo mejor, además de todos los arreglos que están bien[...] el tema es, si te arregles, cuanto te arregles /válido/ la cosa es que quedes mejor y que no se note tanto[...]” (La noche es mía, emisión del 11 de septiembre de 2015)

Adicionalmente, el cuerpo como don adquirido, puede igualarse a un **proceso de transformación**, que se inicia con el reconocimiento de un cuerpo considerado como defectuoso y pasa a ser un cuerpo alienado que demanda una serie de procedimientos moldeadores, una vez alcanzados los estándares marcados por los cánones hegemónicos, se garantiza el acceso a un “mundo de los elegidos” aquellos poseedores

de un cuerpo legítimo, entonces el cuerpo de capital estético se convierte en capital simbólico (Margulis 2003: 121). Recordemos que Michelle cuando poseía unas piernitas delgadas y sin poto no se sentía bien consigo misma, hoy en día, la entrada al *set* de Michelle corrobora la aceptación de su cuerpo, ya que lo luce frente al público muy orgullosa. El cuerpo de Michelle, de no haber sufrido dichos cambios, tal vez mantendría un estatus de debilidad y deficiencia. La transformación física de Soifer ha generado, por un lado, una severa y cruel crítica televisiva, y por otro la celebración y admiración de un gran número de televidentes, que se autodenominan como los “michilovers”.

Al análisis habría que agregar la denominación que se hace del cambio físico de estos participantes de *realities*, se lo ha denominado como “metamorfosis”, tomare la acepción más sencilla del término, según la Real Academia Española (RAE), se define como “la transformación de algo en otra cosa; la mudanza que hace alguien o algo de un estado a otro, como de la pobreza a la riqueza, o dentro del mundo animal, el cambio que experimentan muchos animales durante su desarrollo, y que se manifiesta no solo en la variación de la forma, sino también en las funciones y en el género de vida”. Entonces no se trataría de cambios ligeros, sino de una total reestructuración, la transformación de un lugar opuesto a otro, incluso estos cambios no solo se limitarían a los planos físicos y estéticos sino implican otros entornos como son el social y el simbólico, por eso Michelle hoy en día tiene otro status,

Hoy en día, gracias a todos los cambios realizados, los programas de espectáculos señalan que Soifer tiene una imagen imponente, y ella misma se autodefine como el sol. En este sentido, los televidentes somos testigos de cómo una persona común y corriente logra transformarse en todo un personaje, digno de reconocimiento y veneración, en otras palabras, como se convierte en un ídolo de masas y logra el tan anhelado ascenso social, usando su cuerpo como elemento diferenciador, que logra separarlo de su imagen previa y destacar sobre los demás.



2. La vida personal e íntima como herramienta para el éxito

Los *realities* de competencia son un espacio de entretenimiento, que como cualquier producto cultural contribuye en la construcción de patrones de interacción social y de imaginarios colectivos. Las supuestas relaciones amorosas planteadas, construidas o no, manejadas y difundidas por la producción del programa, en su mayoría son de corta duración, efímeras, cambiantes, inmediatas, intensas, prima el contacto corporal, y no se logra consolidar lazos duraderos. En estos entornos, el amor y sus manifestaciones públicas quedan reducidas al erotismo, al contacto físico; sin duda esta construcción de relaciones interpersonales obedece a los valores de la sociedad de consumo, orientada al descarte, al cambio constante, al corto plazo y a la satisfacción instantánea (Bauman 2006: 20-25), nos enfrentamos a lo que Bauman denomina “el amor líquido y la fragilidad de los vínculos humanos” (2006), en este breve apartado, veremos cómo esta fragilidad de las relaciones humanas van de la mano con el denominado por Luhmann “amor funcional”, “donde las personas pueden comprometerse con o sin experimentar afectos” (Bauman, 2005: 268).

2.1. El amor funcional

Dentro del *reality show*, las conversaciones personales y la supuesta vida privada amorosa de los participantes, son presentadas, en medio de las pruebas físicas, como secuencias de detrás de cámaras, igualmente encontramos otro tipo de secuencias donde se interroga a los participantes sobre eventos personales y otras donde se teatraliza las mismas relaciones. Las relaciones interpersonales, tanto las de pareja como las amicales, son manejadas de acuerdo a los requerimientos de la producción, es decir, se busca generar conflictos que despierten el interés del público, para incrementar el reconocimiento, la fama y el éxito de los propios participantes y consecuentemente

elevant el *rating*. A continuación, analizare, la emisión del 12 de septiembre del 2012, donde Yaco y Sully ponen fin a su relación, en este intercambio de palabras la conductora actuó como mediadora del conflicto.

- *Jacobo: “Si pues, estoy molesto y me molesta que las cosas se puedan ver desde un ángulo que no es el correcto”.*
- *Sully: “Quería dejar las cosas claras para que no haya confusiones y la gente no confundan las cosas y no lo vayan a ver a mal, nada más, ya sé que está haciendo su vida y si lo ven con otra chica”.*
- *Yaco: “Yo no considero, que yo sea el culpable de que la situación mía y de Sully se haya terminado así, yo entregue todo lo que tenía que entregar, es más, todo el Perú ha sido testigo de todo lo que hice, las locuras que hice para poder llegar a ella, con la emoción a veces se dicen cosas, como que voy a esperar toda la vida, pero obviamente no voy a esperar toda la vida.*
- *Sully: “no quiso esperar lo suficiente, decidió hacer su vida y yo respeto eso, yo también haré mi vida desde ahora, yo respeto su decisión”*
- *La conductora añade dirigiéndose a Yaco: “Si tu estas preocupado y crees que puedes quedar como el malo, como él no sé qué, no es así, eso no es así.”*
- *Sully: “Yaco no es el único preocupado, nadie quiere quedar mal acá, yo solo quise que las cosas queden claras y que la gente sepa que estaba pasando, yo no he sido la mala que lo ha choteado, simplemente le pedí un tiempo para conocernos más, tampoco lo estoy culpando a él, le tengo cariño a él, pero tampoco quiero que me vean a mí como la mala.*
- *La conductora: “No creo que a Yaco lo vean como el malo y a ti tampoco”. Nadie es malo acá, los dos hemos sufrido en su momento.*

Lo primero que quisiera destacar de esta conversación, es que no es un dialogo entre dos personas, sino ambas se están dirigiendo al público, están explicando su comportamiento, para que este los juzgue, perdone y acepte. Entonces, para ambos personajes lo más importante no es arreglar sus problemas personales o darse explicaciones entre ellos, sino como Sully señala ella salió a hablar para que el público no los juzgue, y no la vean como la mala; lo más importante o lo que les interesa a ambos participantes es tener la aceptación y aprobación del público y no arreglar o conversar entre ellos. Así, la relación reciproca de amor que surge entre dos amantes es desplazada por una relación o aprobación unidireccional del público hacia los participantes, quienes buscan ser amados y recibir la aprobación del público. En ambas declaraciones, hay una intensa necesidad de confesar, de “abrirse”, de compartir los sentimientos más internos, pero no con otra persona, sino se busca ser absuelto, perdonado y recibir la aprobación tan ansiada para la identidad de uno (Bauman 2005:

266). Como señala Miller citando a Lacan amor es “dar lo que no se tiene” (Waar 2008), pero en estas escenas, no hay ninguna intención de dar, sino unas ansias profundas por recibir, incluso de exigir. El tipo de amor, propuesto por el *reality*, estaría más cerca del amor egoísta, posesivo y anal, propio de los niños de 5 años (Freud, citado en Maisto y Morris 2001: 410). Estaríamos frente a un amor centrado en el propio sujeto, con el objetivo de lograr algo para sí, un amor más funcional, en términos de Bauman:

“la lucha por la individualidad exige que los nexos sociales se fortalezcan y que se profundice la dependencia social [...] el mundo subjetivo sólo puede sostenerse por medio del intercambio intersubjetivo. En tal intercambio, uno de los compañeros “debe ser capaz de prestar su apoyo al mundo del otro (aunque sus experiencias internas sean muy individuales)”. Luhmann llama “amor” a tal intercambio, este amor Luhmanniano no se refiere en absoluto a los sentimientos personales o estados emocionales en general; Luhmann llega, por decirlo así, al “sustrato funcional” fríamente cognitivo de lo que es en la superficie una relación cargada emocionalmente. (2005: 268)

La emisión del 27 de junio del 2013, con la secuencia titulada “*diario de una vengadora*”, me servirá para indagar en el sustrato funcional del amor propuesto por Luhmann. La mencionada secuencia supuestamente cuenta el día a día de una de las concursantes con su enamorado. La nota narra un día cualquiera, mientras ella se prepara para salir, llega su enamorado a recogerla, y antes de salir, ella le pide que saque a pasear al perro, en un inicio él se niega, pero finalmente accede. Ya en el carro, camino al *spa*, ella pregunta: *¿Vamos a poner música?*, pero no se escucha la respuesta del interlocutor y supuesta pareja, sino ella misma se responde: “*aparte el carro es mío y así que se escucha mi música*”; además, debo precisar quien conduce el carro, no es ella sino él. Cuando llegan al *spa*, ella solicita un tratamiento de uñas y un facial y pide para su perrita —que es llevada por su novio en un bolso— un pintado de uñas. El hombre ansioso espera que su pareja solicite también un tratamiento para él, pero ella lo ignora y besa al pequeño perro. Dentro del *spa*, ella se entretiene en mimos para el perro. Finalmente, como el perro no pudo realizarse el tratamiento cosmético, ella solicita para su pareja una depilación con cera líquida, he de remarcar que este tipo de depilación es muy dolorosa sobre todo cuando se trata de personas con muchos pelos o que no tienen costumbre, como es el caso de los hombres.

En esta secuencia, la supuesta relación amorosa gira en torno a la mujer y el hombre se convierte en su satélite, queda sujeto a la voluntad y deseos de la mujer,

quien apenas lo mira, su pareja es mucho menos importante que un pequeño perro, y si tiene que invertir algo de dinero en su pareja, será con el fin de torturarlo. Cuando entran en el spa, él busca mirarla a los ojos, pero el contacto visual no se da, más bien ella mira con dulzura al pequeño perro y es a quien besa, entre la pareja no existe ningún tipo de conexión, mientras la mujer permanece distante, aislada en su propio mundo, el hombre está ansioso por cualquier tipo de atención y quiere entrar en su mundo a costa de lo que sea. En este punto, ya estaríamos hablando de un amor Luhmanniano, “que no demanda reciprocidad en el intercambio: es decir, el hombre explícitamente admite –y acepta- la asimetría inherente de la relación [...] este tipo de amor es un asunto profundamente egoísta, autocentrado; para la persona en el polo receptor la tarea de mayor relevancia sea una de mucho pedir” (Bauman 2005: 272-270). En la secuencia más bien parecería que la pareja es un sirviente en lugar de su amante, así, la mujer se ubica en la posición del amo y el varón en la del esclavo. Los nexos sociales, hoy en día, sirven como contactos útiles, así las personas se valen de otras en favor de su individualidad, como añade Bauman, “la lucha por la individualidad exige que los nexos sociales se fortalezcan y que se profundice la dependencia social” (2005: 268), en este sentido, la persona depende de otras, pero para destacar o hacerse notar o construir su propia individualidad, y en estos nexos se incluye las relaciones de pareja.

2.2. La maternidad parte del éxito femenino

El rol de la mujer en la sociedad actualmente no solo se limita a las labores del hogar o ser un complemento del varón; hoy en día la mujer ha ganado terreno a nivel político, profesional, personal y social. Lo que trae consigo nuevas formas de vivir la feminidad, sin embargo, hay ciertos patrones de los cuales la mujer no se puede desligar como son la idea de la mujer-madre o la mujer-bella. En las sociedades patriarcales como la peruana la maternidad, es considerada por algunas mujeres como parte indispensable de su realización plena como mujer, es vista como un valor y el amor materno es considerado como el más puro y desinteresado, en palabras de López el ser madre suponía “la dulzura del olvido de sí” (2000: 76). La maternidad no en todas las latitudes es vista del mismo modo, en el entorno europeo las mujeres han retrasado la maternidad, incluso algunas no la consideran como una opción, del otro lado en el Perú los embarazos a edades tempranas se han incrementado, y esta no es una realidad ajena a los programas de televisión. En el programa *Esto es guerra*, más de una participante

ha quedado embarazada, y contrariamente a lo que sucede en otros trabajos, este estado no ha significado ningún impedimento físico, para que ellas sigan realizando su trabajo, es decir, participando en la competencia, incluso su embarazo ha sido usado como una herramienta más para incrementar el éxito de estos participantes.

Los programas de televisión aprovechan distintos momentos o situaciones que se producen a lo largo de un embarazo, como son las ecografías y partos en vivo, ambos momentos son usados para conmover a la audiencia y generar un vínculo. Cuando una futura madre acude al médico para hacerse una ecografía, escucha el latido de su bebe y se genera un tipo de conexión. En la secuencia del 18 de abril del 2014, se realizó la ecografía en vivo de Jazmín Pinedo y la conductora pide que le aumente el volumen para escuchar el latido del bebe, ella se enternece e inmediatamente tras ella todo el público se emociona, la relación de la madre y él bebe, se ha transformado en una relación del público y él bebe.

Otro motivo de negociación de la vida privada han sido las bodas, que han sido vendidas al mejor postor, todo con la condición de tener la exclusiva, así los novios negocian los derechos de grabación de su boda, en este caso de la boda de Jazmín y Bruno incluso usan a su hijo para promocionarse. En ese momento su hijo ya tenía cerca de dos años, la edición de la boda se centra en él bebe, el mismo padre le hace un ruedo para hacerlo bailar y exponerlo a la cámara, como si se tratara de un circo o un elemento extraño al cual observar. Como se puede entender, cada uno de estos momentos es negociado entre los participantes y la productora, transmitir una ecografía o dar a luz en vivo, casarse en directo, pelearse frente a cámaras, todo es negociable y todo tiene un precio en dólares.

3. El goce obsesivo por el éxito, cuál es el límite para el narcisista, individualista

La dinámica de la competencia, recordando a Wazemberg, divide a un grupo en dos, y supone una rivalidad entre sujetos que se perciben como antagónicos y distantes, **donde solo uno triunfa y se impone sobre los demás**, quienes quedarán en posición de derrotados o vencidos (2011). En el programa *Esto es guerra*, a pesar de ser un *reality* de competencia por equipo, a cada concursante lo que le interesa es destacar individualmente. Con el fin de identificar el goce propuesto por el programa, primero identificaré el síntoma, este último es definido por Nasio a partir de Lacan como un “acto involuntario, producido lejos de cualquier intencionalidad y de todo saber consciente, así el síntoma es la manifestación del inconsciente, donde la palabra falla

aparece el goce” (1998: 16-17), es decir, el síntoma se materializa a través del lenguaje y aparece sin que nos demos cuenta, y es capaz de delatar la existencia de un goce, que puede ser negado o velado conscientemente. En este espacio, analizare el síntoma que nos permitirá identificar el goce narcisista propuesto por este tipo de programas. En la emisión del 15 de septiembre del 2015, el equipo de las cobras, luego de saber que los leones fueron el equipo vencedor de la temporada, expresa su malestar, señalando que les robaron el campeonato, y usan frases como:

“yo hasta ahora no olvide” refiriéndose a la derrota, “para que me voy a esforzar, si la temporada pasada me quitaron” “yo no olvide, yo quiero una revancha”.

En primer término, lo que salta a la vista es como los participantes expresan su descontento a título personal usando de manera repetitiva el pronombre personal singular “yo”, lo lógico sería que, tratándose de una competencia por equipos, se use el plural “nosotros”, sin embargo, este ha sido excluido totalmente. El “narcisismo conversacional”, como recuerda Trechera a partir de Vangelisti, se caracteriza en centrar la conversación en sí mismo, excluyendo al otro (1996). El desliz de la palabra deja en evidencia, este carácter narcisista de la competencia, el participante no se siente parte de un equipo, por lo tanto, no busca que su equipo gane sino cada uno de manera aislada pretende ser el único ganador, imponerse frente a los competidores del equipo contrario y sobresalir dentro de sus compañeros de equipo.

La posición narcisista no parte exclusivamente de cada sujeto, sino el mismo programa implanta el goce narcisista como imperativo. Retomare, la emisión del 13 de octubre del 2015, donde la voz en *off* incentiva a los competidores.

— *Voz en off: hoy sabremos que equipo acumulo más puntos ...solo uno, gritará la victoria, solo uno se coronara como el invencible, solo uno tendra en sus manos este espectacular insentivo... quien será el ganador, Esto es guerra rompiendo limites”.*

La presentación busca que solo uno se corone sobre los demás, no hay lugar para el equipo, solo uno se impondrá sobre los demás el “invencible”. Veamos a continuación, elementos claves de la conducta narcisista presentes y celebrados en el programa es la profunda admiración por el propio sujeto y sus cualidades, como señala Trechera:

Havelock Ellis utilizo por primera vez en 1898 el término narcisismo para describir la tendencia a estar enteramente **absorto en la admiración de sí**

mismo. Jones describe individuos con “**complejos de Dios**”, caracterizados por su **excesiva admiración** por sí mismos, **una gran confianza** en sus poderes, conocimiento y cualidades tanto físicas como mentales, con **fantasía de omnipotencia**, exagerado deseo de ser amados, recibir elogios y admiración” (Trechera 1996).

En los *realities* de competencia, algunos participantes manifiestan ciertas actitudes que evidencian el “complejo de dios”, como, por ejemplo, Michelle Soifer se autodenomina “el sol” y Rafael Cardoso “el hombre maravilla”; además, si bien es cierto esta categoría es asumida por las participantes, los programas de competencia y espectáculo respaldan y refuerzan estas actitudes, endiosando a los personajes. Por ejemplo, en el programa *Espectáculos* del 4 de septiembre del 2015, se presentó una nota periodística sobre Michelle Soifer, el texto de la nota es como sigue:

*“Hoy podemos dar fe y remarcarlo con mayúsculas que la nueva diva de la televisión peruana es Michelle Soifer. Hoy todos nos ponemos la camiseta de michilovers para **rendirle pleitesía a la verdadera diosa**, pues a su corta edad a conseguido cosas que **ningún otro personaje de la pantalla chica ha podido ni siquiera soñar**. Michelle afirma “Ellos no siguen el programa o el canal que este, ellos me apoyan a mí” Como todos sabemos hace unas semanas atrás Michi era la consentida del programa de Gian Piero Díaz y Renzo Schuller, además de ganar una suma exorbitante en dólares y tener un contrato **con privilegios** a diferencia de los otros simples, plebeyos e ilusos del reality la Soifer **se ganó sin mucho esfuerzo el amor de muchos**. Y el sol sacó las garras y renunció. Muchos querían a ese gran icono de la tele. Es que una verdadera estrella como Michi se merece lo mejor. Desde hoy le haremos **todas las reverencias** a la **única** figura de la televisión que solo en dos días a opacado por completo a todos los guerreritos, todos están concentrados en el sol quien es **la única que verdaderamente importa en Esto es guerra**”.*

La nota periodística, al igual que las palabras de Michelle exponen una supuesta superioridad, que magnifica, y endiosa la imagen de Soifer al punto de considerada como un ídolo, una diosa, a quien hay que rendir culto, pleitesía y veneración. Soifer es considerada el centro del universo, ella es el “sol”, alrededor de ella todos dan vueltas. Esta sobreestimación de sus cualidades y valoración desmedida implica que ella forma parte de una categoría especial, posicionada muy por encima de aquellos que podrían ser considerados como sus iguales los guerreritos, y vive en un mundo de plebeyos e ilusos, seres considerados inferiores a ella. Y acepta la veneración de sus supuestos súbditos los “michilovers”, quienes estarían bajo su poder, y dominación ya que la siguen ciegamente, sin importar donde vaya. Desde esta presentación, se puede

interpretar que quien consigue el éxito, la fama, el reconocimiento es colocado en un altar, el será el “único verdaderamente importe” se convertiría en ídolo de muchos, mientras que sus competidores son denigrados y rebajados.

Otra peculiaridad de la conducta narcisista, recordando a Trechera, es que “en el goce narcisista hay una intensa preocupación por su persona y la nula conciencia de los demás [...] el narcisismo **como sinónimo de poder**, puede manifestarse dependiendo de los demás **o sometiendo a los demás a su voluntad**, sentimiento de tener derecho sobre otros” (1996). Recordando la secuencia titulada “*diario de una vengadora*” (emisión del 27 de junio del 2013), a la mujer no le importa cuales son los deseos o necesidades de su pareja, lo único que le interesa es ella, y sus deseos y voluntades, ella se convierte en el centro del mundo de la pareja, incluso llega a pedir un tratamiento estético doloroso para su pareja. Lo mismo sucede con la escena donde Yaco y Sully ponen fin a su relación (12 de septiembre del 2012), como a ambos personajes les interesa quedar bien frente al público, no importa si para ello indisponen a la otra persona, lo importante es que ellos logren la admiración y el reconocimiento del público, mientras los otros pueden quedar humillados.

El exhibicionismo es otra cualidad presente en el narcisismo y puede ser entendida como la conducta motivada por el placer de ser admirado (Trechera 1996), su motivación para trabajar es exhibirse. Recordemos la presentación de Soifer (emisión del 15 julio de 2014), ella recorre el todo el *set* de televisión mostrando y exhibiendo su nuevo *look*. Lo mismo ocurre cuando cada uno los competidores ganan una competencia se acercan a la cámara, para gritar y mostrar sus músculos, su anatomía, etc.

A lo largo de este capítulo hemos podido evidenciar diferentes conductas narcisistas, ahora para continuar con el goce narcisista es preciso realizar algunas aclaraciones sobre el narcisismo, según Freud es la “conducta por la cual un individuo da a su cuerpo propio un trato parecido al que daría al cuerpo de un objeto sexual; vale decir, lo mira con complacencia sexual, lo acaricia, lo mimó, hasta que gracias a estos manejos alcanza la satisfacción plena” (1914, 71). En este sentido, el cuerpo propio se convierte en objeto de satisfacción, de goce, y como señala Nasio el goce implica una situación límite donde ya no es posible soportar la tensión (1998). Ahora bien, en este tipo de programas el cuerpo del sujeto es puesto al límite en diversas situaciones, desde

las exigencias físicas hasta las estéticas, adicionalmente este goce tiene un carácter obsesivo, ya que nunca se llega a alcanzar un estándar de belleza, sino busca incesantemente cada día más, por tanto, el hombre no cesará en su búsqueda del éxito, es en este punto donde radica el vacío, que nada llega a llenar el deseo del éxito.

Así, el programa se constituye en una plataforma que se alinea a los mandatos de la época, remarcando el mandato imperativo del éxito, que usa el cuerpo y la vida personal como herramientas y pruebas del éxito. El público que ve este programa, primero al igual que cualquier individuo, está inmerso dentro del mandato de éxito. Segundo teniendo en cuenta la interpasividad, este tipo de programación, nos permite adheridos a ese mandato imperativo del éxito que implica un goce narcisista, un goce que se genera a partir del propio cuerpo y centrado en los intereses del individuo. Entonces, el público que ve esta programación, se identifica con cada uno de estos participantes, siente y vivencia su acceso social como propio, así a través de ellos goza del éxito narcisista alcanzando el éxito. Como vimos en este apartado alcanzar el éxito no es una tarea fácil sino demanda de sacrificio, esfuerzo, privaciones personales, en suma sufrimiento; a través del mecanismo de interpasividad, los espectadores se liberan de estas exigencias, mientras que los participantes soportan la presión, así el formato *reality* *sufre por mí*, los participantes son sometidos al mandato del éxito, obliga a cuidar sus cuerpos, en exceso ha hacerse cirugías, mientras yo puedo seguir sin alinearme a ese mandato, sin acceder a la fama, al reconocimiento, o al éxito

El modelo de la competencia no solo se limita al plano deportivo, sino ha impregnado todos los ámbitos de la sociedad, y dimensiones del sujeto. Nos llevan a pensar la vida como una gran carrera, donde cada individuo está obligado a alcanzar una serie de metas personales, profesionales, familiares, etc.; la mayoría de estos ideales son impuestos y creados por el mercado y/o el sistema; el sujeto mide su éxito en relación con él de los demás y, por último, el éxito es un bien esquivo ya que siempre es un estado de insatisfacción continua, nunca estamos conformes. Este patrón de vida estaría relacionado con el modelo de la autenticidad narcisista, definido por Stecher, como aquel donde “todos compiten por alcanzar el triunfo y el éxito, y se esfuerzan **por superar desafíos personales**, para avanzar en el camino de la **autorrealización y la autenticidad** (2009: 274).

Conclusiones

Los productos u objetos culturales siendo reflejo de la época nos sirven para corroborar estructuras sociales, relaciones de poder, imaginarios, y la ideología imperante. Así, en la actualidad la sociedad contemporánea, del consumo y la competencia, fijan el éxito como un mandato imperativo, que no solo nos somete a sus normas en los ámbitos laboral, profesional o académico, sino oprime y reduce otras estructuras y aspectos más personales e íntimos. Este mandato ha logrado transformar el cuerpo, la subjetividad y las relaciones interpersonales incluso las más íntimas en herramientas para alcanzar y medir el éxito, logrando así que formen parte del mercado de bienes y servicios, y sean vistas como mercancías de consumo y en la que en actualidad se midan por su valor de cambio.

En la sociedad de consumo y de la competencia, el cuerpo es moldeado por esta cultura y es visto como una herramienta para alcanzar el éxito y también como prueba de haberlo logrado. Entender el cuerpo como herramienta para alcanzar el éxito, nos lleva a percibirlo como un objeto separado de la persona, el cual se debe modificar y moldear para cumplir con los requerimientos de la sociedad, poder encajar en un grupo determinado, en un trabajo o simplemente para no ser rechazado por la sociedad, o para alcanzar una mayor felicidad personal, o lograr mayor atracción sexual-sensual, etc. En este sentido, el cuerpo moldeado y transformado es visto como un elemento simbólico de poder, que eleva el estatus social y genera admiración. En el mercado de consumo, el cuerpo de la mujer sigue siendo es que debe moldearse, como señala Beauvoir (1949) la mujer, no puede escapar de las exigencias de una feminidad construida bajo el yugo de una sociedad falocéntrica.

En la mentalidad del peruano el éxito trae consigo la idea de ascenso social, y la relación de este último con la raza no ha desaparecido, como señala Fuenzalida la raza ya no solo se limita al color de la piel sino se habla de una raza social (1970), sin embargo no ha desaparecido el imperante deseo de blanqueamiento, que es visto como condición para alcanzar el éxito, además un cuerpo legítimo debe poseer otras características, el cuerpo más que nunca se ha constituido en un diferenciador social, que limita y abre accesos. Pero también es una herramienta para ejercer autoridad y obliga indirectamente a las personas alinearse a los parámetros o cánones de belleza dominante.

Solo un cuerpo legítimo es una herramienta adecuada para alcanzar el éxito, de lo contrario es una piedra en el zapato, recordaré que un cuerpo legítimo es aquel que encaja o se aproxima al cuerpo de los que dominan, por tanto, está en relación con los estándares hegemónicos de belleza. Caso contrario el sujeto se encuentra atrapado en un cuerpo real defectuoso, que le produce rechazo e incluso vergüenza, y en una búsqueda constante por el cuerpo ideal perfecto. En este sentido el cuerpo se convierte en una **herramienta de diferenciación social, divide a la sociedad en sujetos que dominan y dominados y sirve para incluir a unos y excluir a otros.** La sociedad de la competencia nos impulsa en forma descarada a formar parte de este primer grupo, y además se genera un rechazo constante por las personas que no hacen lo posible por acceder a ese grupo, se les acusa de conformistas, mediocres, descuidados, etc. En el Perú la raza, y el color de piel no han dejado de ser uno de los mecanismos de diferenciación social más preponderantes.

El amor, la pareja, los hijos y la familia forman parte de este mercado de consumo, al igual que los embarazos, las bodas, entre otros. La vida familiar e íntima ha dejado de ser privada para convertirse en pública y entrar al mercado de bienes y servicios; así se comercializa la celebración de los eventos o sucesos familiares, incluso los más personales y dolorosos son propicios para generar dinero, y flujo mediático. Las relaciones se han vuelto descartables, no importa el amor como valor, o si estamos con una u otra persona, lo que importa es lo que esa persona aporta a nuestras vidas, si con esa persona podremos crecer, si tenemos los mismos objetivos; es decir, no se busca una pareja sino un socio dentro de este mercado de bienes y consumo.

El goce propuesto por este tipo de programas es un goce narcisista que nos ayuda a encajar en el mandato imperativo del éxito. Este tipo de programación, junto al mecanismo de interpasividad, obliga a cierto sector de la población, el menos favorecido, a alinearse ilusoriamente a los parámetros fijados dentro de la clase hegemónica, y también alimenta su deseo de alcanzar el éxito, es decir, el sector D-E, goza de esta programación ya que a través del mecanismo de interpasividad sienten que alcanzan el éxito, mientras se mantienen pasivos y alineados al sistema o en la misma rutina, así, esta programación servirá como una vía de escape para liberarse de la presión de alcanzar el éxito.

Capítulo III

El Goce Sacrificial

En nuestro país utilizados el termino violencia con mucha frecuencia y en la gran mayoría de casos lo asociamos de manera exclusiva a situaciones donde participa la fuerza y el maltrato físico, sin embargo, la violencia impregna diferentes esferas de nuestras vidas de manera diferente, así es una categoría muy amplia que se ha enlazado con otros aspectos que no solo involucran lo físico, en este sentido, se habla de diferentes categorías y formas de violencia, y como propone Ferrándiz y Feiza todas ellas tienen un denominador común:

La violencia juvenil, de género, sexual, étnica, racista, familiar, ancestral, terrorista, discursiva, abierta o simbólica, corporal o psíquica, cotidiana o estructural, de alta o baja intensidad, violencia legítima o criminal o víctimas y perpetradores de violencia, todas estas categorías, están entrelazadas por un denominador común, que son las relaciones sociales de poder asimétricas, de dominación y subordinación, en términos de Gramsci hegemonía y subalternidad. (2004: 159).

Dentro de la categoría de violencia donde no participa la fuerza y el maltrato físico encontramos la violencia verbal, simbólica, moral, Ferrándiz y Feiza nos proponen entenderla “no tanto como un acto sino como un continuo (Scheper-Hughes y Bourgois 2004: 1-5) no como excepción sino como normalidad, no como política sino como cotidianidad, no tanto como estructura sino como símbolo, no tanto como amenaza sino como negociación de paz” (2004: 159-161). Retomando el concepto de violencia

simbólica de Bourdieu, Fernández la define como “esa violencia que arranca sumisiones que ni siquiera se perciben como tales apoyándose en unas “expectativas colectivas”, en unas creencias socialmente inculcadas, transforma las relaciones de dominación y de sumisión en relaciones afectivas, el poder en carisma” (2005: 9). En otros términos, se trataría de una violencia que pasa desapercibida porque ha sido naturalizada y es concebida como un acuerdo entre partes o concesiones que hace la parte oprimida o subordinada.

La época posmoderna, caracterizada por la violencia simbólica casi institucionalizada y naturalizada como “mecanismo legitimado para acceder al poder” (Montero, 2013), el debilitamiento de lazos sociales, el exacerbado individualismo, junto a la pobreza, la marginalidad y la exclusión social nos confronta con un nuevo tratamiento de la ‘cuestión social’ (Perona, y otros s.f.). Este nuevo tratamiento de la cuestión social, teñido de violencia simbólica, se evidencia sobre todo en los medios de comunicación, ya que usan casos de ayuda social como parte de sus secuencias, es en esta dirección que oriento mi reflexión en el presente capítulo, para indagar en la violencia simbólica, que impregna la ayuda solidaria y desemboca en goces particulares.

El *gran show* es una producción televisiva alineada al mandato social en pro de la solidaridad, sin embargo, la manipulación que se hace de la realidad, logra legitimar e invisibilizar ciertas prácticas de violencia simbólica y estructural. El programa *El gran show de América Televisión*, forma parte de un formato global; la idea original fue elaborada en Inglaterra (IBBC), comprada y replicada en varios países (Boito 2012: 162), y en cada uno de ellos adquiere características locales particulares. En todos los países donde se reproduce el formato, se trata de una competencia de baile por parejas, que tiene como trasfondo la ayuda solidaria. La conformación y denominación de los participantes varía según el país, en el Perú, cada pareja está formada por un personaje de la televisión o la farándula, denominado como héroe ya que apoya a su contraparte a cumplir un “sueño”, y un bailarín profesional, que como tiene un sueño o deseo que cumplir es denominado soñador. Las parejas preparan una coreografía por semana, los sábados son calificados por un jurado de 3 miembros y por el público y cada dos semanas se elimina a la pareja que tenga la menor cantidad de puntos. Al final de la temporada, el héroe no recibirá ningún beneficio económico, frente a cámaras, pero el soñador podrá cumplir su sueño o el del grupo al que representa, además, en nuestro

país, hay un segmento intermedio denominado *El desafío*, en él se presentan diferentes casos de ayuda social, seleccionados por la producción.

En este último segmento participan dos sujetos, el primero de ellos es una persona común y corriente, que ha sufrido un accidente y padece sus secuelas, o tiene alguna enfermedad crónica o condición física deficitaria adquirida o de nacimiento y la otra parte está representada por un personaje de la farándula, denominado como estrella invitada, este último ha sido convocado para llevar a cabo un desafío de baile, que consiste en realizar una coreografía asignada por la producción. Si el personaje famoso acepta y lleva a cabo el desafío, la persona desvalida o en desgracia se hará acreedora de un reconocimiento económico por parte de la productora y donaciones de diferentes instituciones, alcaldes, etc.

El apoyo social y la construcción de la víctima

La acepción del término víctima es muy amplio, según la definición de la Real Academia Española (RAE), víctima sería la ‘persona que padece daño o ha muerto por causa ajena o fortuita, o la ‘persona o animal sacrificado o destinado al sacrificio’, y como señala Hartog esta acepción, es propia de las religiones antiguas, donde la víctima aparece en el contexto del sacrificio ofrecido a una divinidad (2012: 12). En las últimas décadas, en nuestro país, al igual que en otros países de continente, a consecuencia de los actos de violencia vividos, asociábamos con frecuencia el término víctima a personas que sufrieron consecuencias de actos terroristas, o actos provocados por conflictos o ataques. Sin embargo, hoy en día, el uso indiscriminado del término en distintos medios, ha provocado que la denominación y condición de víctima sean variables y manipulables, incluso se ha inducido a la banalización y a la indiferencia frente a la condición de víctima. Actualmente la denominación ha cambiado y en algunos contextos se aplica el término víctima para referirse a aquella “persona que voluntariamente se sacrifica por algo, es decir se expone a grave riesgo a favor de otro o se entiende también como el sujeto que sufre por la culpa de otro” (Collazos). Tomando en cuenta esta premisa, innumerable cantidad de personas podrían ser consideradas como víctimas, ya que en este grupo estarían ubicados desde los mártires que dan la vida por los ideales del grupo al que pertenecen, hasta los padres que sacrifican sus propios proyectos por sus hijos, incluso se ha llegado al extremo de pensar que cualquiera puede considerarse víctima (Perceval s.f: 8). Esta situación nos obliga a diferenciar entre víctimas reales, y la creación imaginaria de la víctima, con lo cual he

de agregar un último concepto, “el victimismo que consiste en perpetuar la condición de víctima para cumplir o llevar a cabo determinados objetivos y este puede llegar a convertirse en crónico y puede extenderse por generaciones” (Perceval s.f. 7). En el Perú podemos hablar del victimismo en distintos ámbitos, desde el político, que al ser acusado de corrupción se declara como víctima de persecución política, hasta los sujetos autodenominados como pobres y marginales, quienes aprovechan esta condición supuesta, para obtener ciertos beneficios y burlarse del sistema. En estos casos me refiero a las personas que sin padecer una situación real de violencia sacan ventaja de la coyuntura y se autodenominarse víctimas.

El presentar o construir personas como víctimas de cualquier tipo de violencia, es un recurso continuamente explotado por los medios de comunicación, *El gran show* forma parte de estos programas de ayuda solidaria, donde se construye y explota la condición de víctima.

1. El sí de la víctima, construcción e internalización de la posición de víctima

Es necesario precisar que no todo sujeto que sufre cualquier tipo de violencia o ataque sea una víctima, el ser víctima supone la aceptación de esta condición, como señala Barros, el "sí" de la víctima, conlleva sentirse víctima y adoptar una posición trágica y sacrificial (s.f.). En *El gran show*, las personas presentadas como casos de ayuda, no siempre se ubican en la posición de víctima, sin embargo, el programa a través de la conducción y producción, se esfuerzan por situarlas en tal posición, así, las construyen y esencializan como víctimas. Para el análisis, tomare como punto de partida algunas secuencias del segmento *El desafío*, como ya se menciona es un segmento de ayuda, que presenta a personas que sufren alguna condición de vulnerabilidad.

No está de más recordar que segmento no forma parte de un acto exclusivamente voluntario de ayuda solidaria, más bien es una puesta en escena, un espectáculo de ayuda al prójimo, donde todos los personajes, incluidos los donadores son convocados por la producción. Por tanto, en esta secuencia se performan determinados roles asignados y creados por el programa, así tenemos el rol de víctima y el del salvador, el presente estudio pretende cuestionar la imposición de la condición de víctima, e indagar en las relaciones de poder que las producen y perpetua posiciones de sujeto.

En el episodio del 17 de octubre del 2015 del segmento *El desafío*, se presentó Nicola Porcella como personaje de la farándula y José Luís Rodríguez como la persona

necesitada de ayudar. La conductora del programa, siempre anuncia, en primer lugar, al invitado-el héroe, en este caso, Nicola Porcella, y, en segundo lugar, presenta a la contraparte, la persona necesitada de ayuda:

“El desafío nos lleva a conocer a José Luís Rodríguez, una persona que dejó su carrera profesional y todo por darle pase a su hogar a su familia, a su pequeña hija que acababa de nacer[...] pero a él, aun siendo un homónimo de José Luís Rodríguez, el cantante, a él le falta algo, si bien tiene voz, él no ve y Nicola Porcella acepto, por tres horas, estar en la oscuridad, vivir en la misma oscuridad que José Luís Rodríguez, gracias Nicola por haber aceptado el reto”

La introducción, contribuye a restarle agencia y voz al sujeto que se pretende ayudar; porque como lo señala la conductora José Luís es homónimo del cantante José Luís Rodríguez “*el puma*”, pero eso no basta. La voz de José no puede ser escuchada, porque según la conductora le falta algo o le falta fuerza, la voz que tiene José Luís es desestimada o menospreciada porque no puede ver. En otros términos, el tener una discapacidad física limita la agencia y la voz del sujeto. Como la voz de José Luís no puede ser escuchada, necesita de alguien que puede hablar por él, y ese es Nicola Porcella, el invitado-héroe, — el otro de la clase hegemónica, es toda actividad — solo a través de él se puede llegar a ayudar a José Luís, gracias a su voluntad de estar en el programa permite esta ayuda; sin esta mediación, no sería posible visibilizar a la persona que necesita ayuda.

José Luís como personaje necesitado de ayuda, es construido visualmente como un sujeto pasivo alejado de la acción. Desde el inicio de la presentación se le ha asignado este rol pasivo, ya que sabemos del problema de José Luís, no a través de su voz sino por la presentación previa y las palabras de la conductora, incluso cuando él ingresa al *set* no se le da el micrófono para que relate su situación, todo el tiempo alguien más esta hablando por él; lo que refuerza la condición de dominación. Luego de la presentación de Porcella, José Luís ingresa llorando, Gisela, con la mano, seca sus lágrimas, y le pregunta porque lloras,

“lloro por la emoción que me embarga de estar aquí en El gran show, porque se hizo realidad un sueño mío de estar aquí y recibir el apoyo que se pueda recibir, para mi familia que está conmigo, gracias”

Enseguida invitan a pasar al escenario a la familia, y la esposa dice:

*“estoy contenta y muy emocionada y gracias por estar contigo, y sea **bienvenido lo que Dios nos dé**”.*

Continúa la conductora, con una serie de preguntas

- *Gisela: ¿Cómo hacen para vivir?, ¿en la casa quién los ayuda?*
- *Esposa de José Luís: Mi esposo, él trabaja, se gana la vida.*
- *Gisela: yo sé, pero ¿cómo prendes la cocina? ¿cómo haces todo?*
- *Esposa de José Luís: Bueno ya hago **mis cosas normales**, le atiendo a mis niños, hago lo que una madre hace.*
- *Gisela: ¿Cómo cocinas?, ¿cómo haces para prender la cocina, las cosas normales que hacemos?, ¿cómo las haces tú no pudiendo ver?*
- *Esposa de José Luís: Creo que ya Dios me dio esa habilidad y yo me desenvuelvo como madre muy normal.*
- *Carlos Cacho (miembro del jurado): ¿cómo hacen para matricularlos al colegio?*

Enseguida llegan las donaciones, el presidente regional de Moquegua, llega con ayuda económica, el alcalde de los Olivos dona un órgano, clases en una academia de música y una suma de dinero y Nicola añade que le regalará un coche y algo para sus hijos.

En estos diálogos, José Luís y su esposa señalan que su sueño era recibir alguna donación o ayuda, en este sentido ellos mismos se **sitúan en la posición del que recibe, del que espera, desconociendo así su propia responsabilidad y agencia para conducir sus vidas**. José Luís en la posición del receptor, lo único que le queda es esperar la ayuda dividida o la conmiseración de sus semejantes que están en una mejor posición como son los héroes, ellos son los destinados y los únicos capaces de ejercer cualquier acción. Aunque estas acciones sean mínimas, como lo es la acción de Nicola quien solo donó tres horas de su tiempo, son suficientes para cambiar la vida de un hombre. Esta misma actitud de espera es propuesta por el programa: *“...Si puedes un poco más, sabes ha sido Dios quien te ha traído aquí, **hay muchas cosas escritas para ti**, para tu esposo y para tu familia, **no mires lo que te está sucediendo ahora como tu final** [...]”* (emisión del 24 de octubre del 2015). Gisela exhorta a la invitada necesitada de ayuda a esperar que las cosas pasen, por según sus afirmaciones habrá un destino.

Adicionalmente a ello, la actitud paternalista de protección de Gisela hacia José Luís, quien abraza y seca las lágrimas de un adulto que desconoce, logra ubicar a José Luís en la posición de niño, minimizando su condición de adulto. Paralelamente las interrogantes, que la conductora formula a la pareja de invidentes, colaboran con dos

propósitos el primero sería invisibilizar la capacidad de adaptación y aprendizaje de nuevos entornos y agudización de otros sentidos de las personas invidentes, hecho que si se ha dado porque José Luís y su esposa señalan que hacen sus cosas de manera normal, como cualquier madre que se encarga de sus hijos y en segundo lugar, contribuyen a construir la imagen de los invidentes como personas desvalidas, que necesitan de alguien que haga las cosas por ellas, que solas no podrían hacer, o se perciban como sujetos sumamente extraños, “raros”.

En el programa, cualquier persona que aparece dentro de este segmento como necesitada de ayuda —y no solo las personas con alguna discapacidad—, es presentada como desvalida, que requiere de alguien que haga las cosas por ella, ya que sola no podría lograrlo. Esta situación se hace evidente en las presentaciones de los invitados, tomare como ejemplo, el preámbulo al ingreso de la invitada especial o heroína, Yahaira Plasencia, cantante de tecnocumbia:

*“y esta noche Yahaira Plasencia en nuestro programa **por ayudar a un Ayacuchano** [...] Yahaira Plasencia en el programa viene a hacer lo que **este hombre en Ayacucho necesitaba que alguien haga por él**”* (emisión del 24 de octubre del 2015).

Es cierto que los invidentes forman parte de un grupo vulnerable, además, el sentimiento de un discapacitado puede conducir a la posición de víctima, de queja o de miedo. Sin embargo, el tener algún impedimento físico no tiene por qué ser visto como una limitación que no permita un adecuado accionar en el día a día de cada persona. Las respuestas de la pareja de invidentes dejan claro que ellos desarrollan sus actividades como todos los demás, tal como lo señala la esposa *“yo me desenvuelvo como madre muy normal”* además el varón cuenta con mucha naturalidad como transcurre su día, y que no necesita ayuda extra. No obstante, las continuas interrupciones de Gisela y del jurado, pretenden invisibilizar esta adaptación y sindicarlos como personas dependientes y necesitadas de ayuda, es decir colocarlos en la posición de víctimas, como señala Escobar, “en la conmiseración se establece un culto por las víctimas, "victimizando" a todos los “actores del conflicto”, lo que puede traer como consecuencia la no-responsabilidad de los sujetos (2012: 58). Esta liberación de responsabilidades recaería tanto el sujeto catalogado como víctima, quien ocupa una posición muy cómoda de espera, y también en los otros actores de intervienen en el conflicto, como serían las mismas estructuras sociales que perpetúan la condición de víctima, al igual que los actores que contribuyen con acciones con las acciones de conmiseración.

Como señala Perceval, “en un estado compasional, la posición de víctima se vuelve universal, ya que el estado-dispensario- paternalista incita a la reclamación continua, a no asumir la responsabilidad frente a la existencia, a refugiarse en un egoísmo infantil o adolescente. Paradójicamente, el estado del bienestar provocaría una serie de insatisfechos patológicos” (s.f.: 08). En nuestro país, a pesar de estar distantes de un estado de bienestar pleno, la cultura de la victimización es ampliamente difundida. El estado con pensiones de cantidades mínimas se encamina a un estado compasional, estas pensiones son aprovechadas por cierto sector pobre de la población, claro el objetivo de estos pobladores es conseguir ciertos beneficios, pero el precio que se paga es alto ya que incluso pueden ser percibidos como ciudadanos de segunda clase.

1.1 La sumisión de la víctima

La ayuda social que propone el programa es de tipo emocional y económica y esta ayuda se funda en la sumisión, las dadas, donativos o gracias —concedidas por el gobierno personificado por las autoridades— y en la conmiseración y lástima que se genera en el público. Desde este panorama, la posición de víctima implica protección y amparo, sin embargo, conlleva a su vez humillación y vasallaje (Orozco 2011: 918), lo que se hace notar en las conductas, “formas de ser y comportarse, que las personas asimilan” (Osborne 2010: s.n.). Para ilustrar tal situación, retomare el episodio del 24 de octubre del 2015, en esa ocasión la invitada especial o heroína fue Yahaira Plasencia. En este segmento, se repite la misma actitud paternalista de Gisela y de la invitada especial o heroína Yahaira Plasencia y además se manifiestan las conductas de sumisión de la víctima. Después del performance de baile de la invitada, ingresa la esposa de un taxista que a consecuencia de un ataque quedo cuadripléjico, la mujer abraza primero a Yahaira y luego a Gisela y al abrazarla la mujer del taxista se arrodilla, Gisela sin soltarla hace lo mismo y se quedan abrazadas y arrodilladas, a ellos se le une Choca el co-conductor y Yahaira, los cuatro se queda de rodillas, en el piso, conversando.



García señala que “las elecciones, que las personas hacen en la forma de comportarse, contribuyen inadvertidamente a su propia desventaja y devaluación” (2002: 112). En este caso, el comportamiento de la esposa del taxista, —quien al ingresar inmediatamente se arrodilla, abrazando fuertemente a Gisela, la conductora—, confirma la existencia de cierto grado de sumisión y auto devaluación simbólica de su parte, el lenguaje corporal de la esposa del taxista evidencia de igual manera esa posición sumisa, agacha la cabeza sin mirar a los ojos a Gisela, entrelaza sus manos, como tratando de esconderse. Gisela al arrodillarse junto a la esposa del taxista adopta una postura compasional, siente lastima por la esposa, si Gisela quisiera infundir de valor a esta mujer, la abría sostenido para tratar de ponerla en pie. Lo mismo ocurre con las declaraciones de José Luís y su esposa (17 de octubre del 2015)

“lloro por la emoción que me embarga de estar aquí en El gran show, porque se hizo realidad un sueño mío de estar aquí y recibir el apoyo que se pueda recibir, para mi familia que está conmigo, gracias” (José Luís)

“estoy contenta y muy emocionada y gracias por estar contigo, y sea bienvenido lo que Dios nos dé”. (Esposa de José Luís)

En las exclamaciones de ambos personajes necesitados de ayuda, se evidencia, emociones y sentimientos que los llevan hasta las lágrimas; según sus propias palabras estos sentimientos de alegría se producen por estar presentes en el programa junto a Gisela. En ese momento, ellos manifiestan que su felicidad no esta centrada en algo personal o en resolver la situación por la que están pasando, sino su felicidad depende de algo externo a ellos, y eso es estar en el programa junto a Gisela, lo que corroboraría la importancia de Gisela. Con sus conductas inadvertidamente estos personajes se están denigrando frente al otro de clase, sin embargo, como afirma Bruner retomando a Bruckner, la autodenigración de Occidente es realmente una forma disfrazada de autoglorificación y engrandecimiento del poder (2012: 59), es decir, la victima tiene una posición similar a la del héroe.

La posición de víctima es no para nada despreciable, ya que trae consigo ciertos beneficios, nos libera de responsabilidades, permite acceder a dones o gracias, nos deja a la espera de la misericordia divina, y, además, **nos da notoriedad, los medios de comunicación convierten a la víctima en un sujeto con características similares a**

un triunfador y sin ningún esfuerzo, parafraseando a Eliacheff y Soulez Larivière, las víctimas se han convertido en el héroe moderno, triunfador, aquel no debe su éxito, a su origen, u otro privilegio sino se hace celebre por su desgracia y brillante por su inocencia, así comparte escenario con los campeones y estrellas de cine (2009: 22).

1.2. El otro de clase como un grupo social alejado

El programa *El gran show*, en el segmento el desafío construye la posición de víctima en base a una determinada clase social, en su mayoría personas de bajos recursos económicos, pero como señala Perona, “las situaciones de debilidad, de precariedad en la inserción laboral, de fragilidad en los vínculos relacionales, de enfermedades congénitas, de accidentes, ataques, entre otras, son situaciones de vulnerabilidad que puede sufrir cualquier sujeto y se encuentran, en mayor o menor medida, en una diversidad de grupos sociales y no son exclusivas de una clase social determinada, definida como pobres” (s.f.). En *El gran show*, los casos que se presentan se centran en ayudar a niños con males congénitos, víctimas de accidentes, ataques, etc., y en su mayoría son personas que vienen de provincias, o que viven en los márgenes de la capital, que no tienen trabajo o que trabajan en la calle autogenerando sus fuentes de ingreso, aunque no todas las personas tienen bajos recursos, alrededor de ellos se construye una historia de miseria, para completar la biografía. Tomando en cuenta los dos actores que participan en este segmento, analizare como el programa contribuye a pensar la sociedad como una entidad dividida en opuestos por la desgracia y la miseria.

“Mientras usted y yo, en mayo, estábamos bien a ellos les pasaba una verdadera desgracia, que les ha cambiado la vida a toda esta familia, que hoy están acá en Lima” (Emisión del 24 de octubre del 2015)

En el llamado de atención que hace la conductora, claramente se nota como se plantea la existencia de dos grupos diferenciados y opuestos por la desgracia, el primer grupo se trataría de un nosotros, donde la conductora se incluye “usted y yo”, este grupo estaría exento de desgracias; y frente al nosotros se opone un ellos, separados y lejanos, quienes si padecen “una verdadera desgracia”. La distancia social que se construye entre una “clase subalterna”, tratada de forma paternalista, y otra “clase de elite”, contribuye a que esta última “se crea en posesión de la verdad que a las primeras les concierne” (Osborne 2010); en el siguiente texto del episodio del 24 de octubre del 2015, se evidencia como este grupo de elite se siente en la capacidad de transformar el mundo del otro.

[...] muchos de nosotros, aunque no creemos en autoridades, hemos perdido la confianza en jueces[...] pero podemos cada uno de nosotros ir cambiando, este programa se propone contigo en este instante transformar la vida de alguien.
(Emisión del 24 de octubre del 2015)

Como ya se vio anteriormente, el pronombre personal plural “nosotros” está destinado a la clase de elite a la que ejerce un comportamiento paternalista y en este texto se adjudican la capacidad de transformar la vida de alguien. La clase de elite se siente en la capacidad de hablar y conocer de la problemática de la clase subalterna y además se ubica en la posición de cambiar el mundo, y por ende la situación o destino de las personas ubicadas en una posición subalternada.

Dentro de los programas de ayuda social, se construye la imagen de la víctima dentro de una clase social determinada, destacando aquellos sucesos sufridos por personas “pobres” o poco privilegiadas en el sistema social y dejando de lado aquellos actos cometidos contra otras personas en una mejor posición económica y social. Esta presentación televisiva sistemática de determinado grupo social como víctima “contribuye a la creación de un patrón y una vez establecido, guiará nuestra mirada en la percepción del sujeto construido como ‘víctima’” cuando se construye a un sujeto como víctima y es limitado a esa posición, se niega ‘su capacidad de consentir, de accionar’” de cambiar y de realizar acciones a favor o en contra de sus propios deseos e intenciones (Osborne 2010). Esta diferenciación conlleva a reforzar valores de una ideología dominante, que perpetua las jerarquías sociales, divide la sociedad en polos opuestos, y contribuye a educar nuestra percepción sobre determinados sujetos, quienes quedan limitados de antemano a una situación de inferioridad, negándoseles la posibilidad de cambiar su destino. El hecho de considerar a las víctimas dentro de una clase social determinada refuerza estructuras sociales que permiten perpetuar el **paternalismo estatal y el servilismo de cierta clase social.**

Como señalan Eliacheff y Soulez, la víctima “se construye como sujeto en torno a sus desgracias pasadas y presentes, y pretende disponer de un crédito infinito y exige prerrogativas y derogaciones, un trato especial y diferente. Principio de igualdad, compasión, necesidad de distinguirse de sus semejantes, de permanecer dueño de su vida, de exigir a la sociedad el reconocimiento de su singularidad” (2009: 23). Sin embargo, el estar exento de toda responsabilidad, de críticas y de culpa, y ponerse en la posición del que exige no es del todo beneficioso, como señala Bruner retomando a Bruckner “la inocencia es la fortuna de los niños, pero también de los idiotas y los

esclavos[...] un pueblo que nunca tiene que rendir cuentas de sus actos ha perdido todas las cualidades que hacen posible que sea un igual" (2012). Es decir, por un lado, la víctima exige una serie de prerrogativas, y favores, y al recibirlos, se perpetúa una posición inferior, de sumisión, que no deja pensar en lograr la igualdad de derechos. En el programa al construir la víctima dentro del estrato social menos favorecido, se construye a este estrato como indefenso, libre de responsabilidades y se propone ayudarlos, y adicionalmente se perpetúa esta condición de desigualdad entre sujetos, y como veremos más adelante también es reforzada por el ocultamiento de las estructuras que propician esta desigualdad.

2. Construir la figura del héroe: La grandiosidad del héroe

De alguna manera, en el programa la figura del héroe se construye tomando como modelo el héroe trágico aquel que “aceptando su humanidad, es decir, su pequeñez y su grandeza, trasciende el inmovilismo y la inevitabilidad de la tragedia a través de la entereza y dignidad que le imprimen sus actos y sus acciones, las cuales realiza **venciendo enormes dificultades y manteniéndose fiel a sus principios a pesar de sus muchas debilidades**” (Pérez, 1986: 328). Veamos como se crea esta ilusión de divinidad y tragedia.

Recordemos que *El gran show* forma parte de un formato global, que adquiere características locales. En todos los países se trata de una competencia de baile por pareja, pero los participantes son seleccionados de ámbitos diferentes y su denominación también es diferente. En el caso del Perú, a partir de la contraparte famosa se construye la figura del héroe, del otro lado como opuestos se presenta a los soñadores y a los personajes necesitados de ayuda. A continuación, analizare bajo qué características son construidos los héroes, veamos primero cómo visualmente se crea está imagen.

Al inicio de cada temporada, se conocen los héroes y soñadores, el primer sábado se presentan a los 13 héroes y el sábado siguiente a los soñadores. El 16 de mayo del 2015, se dio inicio a la temporada 2015, en ella se presentó a Janet Barbosa, como la heroína. En un primer momento, la conductora da la bienvenida al soñador de quien solo se sabe el nombre, y ambos en el centro del *set* esperan el ingreso del héroe o heroína, Gisela le pide al soñador que voltee para darle la bienvenida a la heroína, quien está en lo alto de una gradería, situada a un lado del *set* central, tras una puerta cubierta

de papel traslucido que gracias a la iluminación permite ver su silueta. En este momento cambia el ángulo y el encuadre de la cámara, el ángulo normal a la altura de los ojos del espectador, se convierte en contrapicado, y de enfocar frontalmente al soñador lo enfoca de espaldas, lo que magnifica el ingreso del personaje. Seguidamente la conductora pronuncia el nombre de la “heroína”, ella rompe el papel y desciende por las escaleras para ser recibida por su “soñador” quien la espera al final de las escaleras y la abraza efusivamente.

A partir de la lectura de la imagen, se puede precisar que el héroe que propone *El gran show*, es un ser que está en un nivel superior, diferente al de los sujetos comunes y corrientes, ya que desciende desde las alturas, desde el cielo donde se ubican los dioses y con su luz es capaz de iluminar nuestra existencia, o como menciona la conductora, este personaje es capaz de sostener el sueño de alguien más, de un desvalido desconocido. El ángulo de la cámara en contrapicado no solo magnifica la imagen del personaje del héroe, sino además como espectadores nos ubica a los pies, en la posición de súbditos de este héroe que desciende, para poder ayudar a un soñador. Además, al enfocar al soñador de espaldas y anular su rostro, convoca al público en la posición de soñador, en este momento el público entra en la escena como un soñador más. Situación que es reforzada por el discurso de presentación de la conductora.

El héroe que no encaja con el común de los mortales

A continuación, analizare bajo qué características son construidos los héroes. Tomare como ejemplo la presentación de Yahaira Plasencia en la emisión del 24 de octubre del 2015.

*Quiero agradecer la presencia de Yahaira Plasencia en el programa una chica de 21 años a la que se le ha dicho de todo en el programa, se la ha buscado el último video, que si se ha hecho el cabello, si no se ha hecho ... y han querido, lo que más han buscado es que los peruanos digan wow **ella no era así, era como nosotros, era feíta han querido buscar eso ... pero lo que yo más he escuchado es que han dicho oye pero si hay algo cierto es que esta chica tenía un talento, era la primera que aparecía en el colegio, la primera que cantaba, era la primera que estaba allí, y yo les voy a decir la verdad, que si un cirujano pudiera hacer esas piernas, yo me las hubiera hecho, y que si alguien a uno le pudiera haber dado voz, pues yo también me la hubiera puesto, y si alguien a uno, lo hubiera podido hacer con tanto talento. Miren la wow, espectacular.***

La presentación que hace Gisela de Yahaira, cumple con tres propósitos, el primero de ellos es remarcar que Yahaira ya no es parte del “nosotros”, en este caso se usa el

nosotros para referirse a un grupo de peruanos que se considera menos físicamente “feitos”, el segundo objetivo es remarcar que esta cantante de tecnocumbia es muy talentosa y además es la primera en todo y finalmente que nadie así quisiera podría ser tan talentosa como ella. Básicamente es un ser espectacular, e inalcanzable para el común de los mortales, no solo no es igual a todos los peruanos sino es un ser superior. Además, el héroe presentado en el programa es aquel personaje que se enfrenta a las adversidades de cualquier índole, por ejemplo, no importa que Erick Helera este con la rodilla destrozada, según él mismo, igual él se vendara la pierna y seguirá bailando para cumplir con el sueño de su compañera, es más a pesar de su dolencia él es capaz de mejorar *“Erick está bailando cada día mejor a pesar de esa rodilla, que desde el inicio le molesta”* lo mismo menciona la propia Janet Barbosa, que es conocida por el Perú entero por tener dos pies izquierdos pero ella bailará por su soñador así se parta una pierna. Además, el héroe es un personaje valiente, que enfrenta sus temores, como *“Andy V y Lourdes Asin enfrentaron sus temores a la altura y se armaron de valor, logrando cumplir el desafío para la pequeña Valentina”* emisión del 30 de agosto del 2014 o la diosa Melissa Losa apoteósica.

El héroe o personaje de la farándula es presentado por la conductora con las siguientes palabras:

“vuelve por El gran show para ayudar a ‘otro’ para darle la mano a quien ha conocido bien [...] lo que presentará hoy tiene ensayo, tiene ganas, tiene fuerzas y tiene a un valiente...con ustedes Nicola el sol”. (Emisión del 17 de octubre del 2015)

Las palabras iniciales en la introducción de Gisela, contribuye a generar dos posiciones: en primer lugar, se construye a la alteridad como un otro empequeñecido, a quien se tiene que ayudar, mientras del otro lado quien lo ayuda es una entidad con ganas, fuerza es un valiente, es un ser humano capaz de enfrentar los desafíos de la vida, que tiene voluntad, es un sujeto de deseo, mientras que “el otro” es el objeto de deseo desvalido que no tiene voz, por tanto, no puede ser escuchado. Uno es un soñador, limitado al mundo de las ideas, solo le queda creer, esperar, mientras que el otro está en el mundo de los hechos, del hacer, del cambiar. José Luís es limitado a la posición de objeto, esta reducción a la calidad de objeto, trae consigo, el desconociendo de su condición de sujeto deseante (Amador 2010: 173). Los únicos sujetos dignos de deseo y agentes de acciones son los héroes.

El programa *El gran show* desde el inicio nos presenta dos mundos separados, opuestos y complementarios, donde uno justifica la existencia del otro, así tenemos las personas necesitadas de ayuda presentadas como víctimas y soñadores, quienes necesitan del otro grupo los héroes para poder superar las dificultades de la vida. Cuando se concibe las identidades como opuestos, una identidad se define en relación a lo que le falta al otro; Guarné señala reformulando a Derrida que: “este reduccionismo implica entender la realidad a partir de oposiciones binarias, se caracteriza por el desequilibrio entre los extremos, para Derrida la relación que se establece en todo binarismo se acerca más a una relación de dominio, en la cual un polo toma al otro como su campo de operaciones. Así el significado surge de todo aquello que no está, de lo que falta, de lo que está ausente” (2004: 70) es decir, si uno es acción el otro será pasividad; si uno es alegría el otro será tristeza, etc.

Además, entre estos grupos se establece desde el inicio un orden jerárquico, ya que se presenta primero al personaje de la farándula luego al soñador o a la persona que se pretende ayudar, quienes están primero son siempre los héroes y en segundo lugar su complemento las personas necesitadas de ayuda. Luego del análisis de las imágenes y del discurso puedo precisar que el mundo del otro de clase, que propone el programa, es un mundo lleno de discapacidades, de miserias, de dolor, de enfermedades, de necesidades insatisfechas, de desgracias, de proyectos inconclusos, un mundo en grises, de melodías tristes, de melancolía, el mundo de las personas que necesitan ayuda, donde solo queda esperar la dadiva divina de algún otro superior que se apiade y pueda hacer algo por él, o del paternalismo del estado, o de la religión y voluntad de Dios; mientras el mundo de los héroes es un mundo de luces, de movimiento de actividad, de vitalidad de fuerza, de hazañas, llenos de poder, autosuficientes y con la capacidad de cambiar el mundo y vencer sus propias adversidades físicas y emocionales; visualmente los héroes se desenvuelven en medio de los aplausos, las sonrisas, la felicidad, la belleza, son apoteósicos, soles, valientes, etc. En general para construir las diferencias he tomado la secuencia el desafío porque es un segmento particular del Perú. Las diferencias entre ambos grupos son claras, sin embargo, hay una coincidencia entre los dos, ambos aparecen como famosos, los menos favorecidos son famosos y reconocidos por sus desgracias y los héroes por sus proezas y hazañas.



Esta división trae consigo la diferencia que hace el brasilero Damatta en su texto sobre el rito “Sabe con quién está hablando” (2002), este autor nos recuerda las grandes desigualdades sociales que existen en la sociedad brasilera, la diferencia que hay entre individuos y personas; los primeros son parte de los ciudadanos comunes quienes tiene que cumplir las reglas y alinearse, son parte de la masa, mientras las personas, pueden hacer con el sistema y las leyes lo que deseen, se distinguen de la masa, son sujetos de poder. En este caso, los héroes tienen la peculiaridad de las personas, sujetos que se distinguen de la masa con identidad, poder, con nombre y apellido, dominan el mundo y hacen con los soñadores o las personas que necesitan ayuda lo que ellos determinen que será su destino. Recordaré el episodio del 24 de octubre del 2015, Gisela presenta a su invitada con el siguiente texto:

“y esta noche Yahaira Plasencia en nuestro programa por ayudar a un Ayacuchano [...] Yahaira Plasencia en el programa viene a hacer lo que este hombre en Ayacucho necesitaba que alguien haga por él”

En este extracto de la presentación de Yahaira se pone de relieve, como el personaje necesitado de ayuda es presentado como un desconocido, sin nombre, ni identidad, y lo único que nos interesa de este es su desgracia y su necesidad de otro, en este caso el héroe es presentado con nombre y apellido, quien tiene toda la capacidad de solucionar el problema del primero.

3. La tragedia, destino y religión

El Perú es un país en vías de desarrollo, con un crecimiento bruto interno que en las últimas décadas se sigue manteniendo en positivo, a pesar de esta supuesta bonanza económica, la sociedad peruana es una sociedad de extremos y desigualdades, en vista de que el sistema o estructura social imperante no permiten igual acceso a todos los peruanos, es decir algunos pueden acceder a la justicia, tienen oportunidades para

alcanzar su desarrollo personal, laboral, político, social, económico etc., mientras otros no. Las personas que necesitan ayuda son producto de la estructura social, sin embargo, el enfoque del programa invisibiliza los grandes responsables de la violencia estructural que existe en el país, es decir, no permite ver la problemática social que produce las inequidades.

Para indagar en esta situación, retomare el episodio del 24 de octubre de 2015, en esa ocasión primero se presentó el video que narraba la historia de un taxista que sufrió un ataque en Ayacucho, a consecuencia del cual quedo cuadripléjico y en ese momento estaba en un hospital de Lima al cuidado de su esposa, quien dejo a sus hijos. Gisela, la conductora, introduce el caso con la siguiente presentación:

“Que lastima de verdad que en nuestro país sucedan cosas así, que lastima tanta violencia, tanta gente inocente a la que se le cambia la vida, porque a alguien se le ocurrió disparar en un acto de violencia que por supuesto rodea toda la locura[...] esa persona definitivamente no estaba en sur razón[...] muchos de nosotros aunque no creemos en autoridades, hemos perdido la confianza en jueces[...] pero podemos cada uno de nosotros ir cambiando, este programa se propone contigo en este instante transformar la vida de alguien.”

En esta presentación que hace Gisela del caso, se deja fuera a los actores responsables de los problemas de seguridad ciudadana, la conductora señala que las cosas suceden, por tanto, no son producto, consecuencias o efectos de algo que pasa en el país, como si aparecieran de la nada, como si se tratará de un acto totalmente fortuito, en este sentido se invisibiliza las posibles causas; los actores o agentes sociales responsables de que esos procesos estén en curso. Igualmente, no pone interés en los culpables directos, cuando señala “a alguien se le ocurrió”, con esta expresión no solo se oculta a los actores materiales de los hechos, sino se minimiza su responsabilidad, incluso los cataloga como locos, personas que no tendrían conciencia de lo que hacen. Además, la presentación visual del caso se enfoca en la mujer, destacando su sufrimiento, su valor para enfrentar el problema. Adicionalmente a ello, para completar de ocultar la problemática social, dentro de la narrativa visual y sonora, la religión aparece como uno de los grandes responsables y a la vez salvadores de las circunstancias o la mala fortuna, que sufren algunas personas. Revisemos las palabras de Gisela a la esposa del taxista que sufre el incidente o asalto:

“Si puedes un poco más, sabes ha sido Dios quien te ha traído aquí, hay muchas cosas escritas para ti, para tu esposo y para tu familia, no mires lo que te está sucediendo ahora como tu final, es uno de los puntos que vas a ir llegando hasta

alcanzar la meta que Dios ha puesto para ti[...] Dios no va a permitir que te sucedan cosas sin darte toda la ayuda que necesitas” (Emisión del 24 de octubre del 2015)

En estas afirmaciones, **el único agente**, que es presentado como el todo poderoso es “Dios”, a quien se le entrega el destino de la vida, el responsable de lo que sucede en el mundo, quien ha permitido que eso suceda. Dios es el único agente capaz de emprender acciones o de permitir que las cosas pasen. De esta manera la religión se convierte en un escudo invisibilizador de la violencia estructural, y adicionalmente sirve para sobre llevar y mantener estas circunstancias de desigualdad social como muestra del sacrificio que se le ofrece a dios. Esta estrategia contribuye a desconocer las fuerzas antagónicas que sostienen y construyen una sociedad, porque primero no se mencionan la existencia de derechos y responsabilidades, tampoco se menciona la lucha de personas que reclaman tales derechos. No existe ninguna fuerza o tensión que pueda desestabilizar el sistema. Solo existe la paciencia, la espera y la conmiseración dividida, situación que contribuye a perpetuar el orden social establecido, y las estructuras sociales que propician estas desigualdades pasan desapercibidas, lo mismo que los actores sociales responsables.

Esta estrategia de ocultamiento de actores, se refuerza con la musicalización de las escenas, en su gran mayoría son canciones de alabanza cristiana. Tomare como ejemplo, el fondo musical que acompaña la presentación de José Luís, el personaje invidente. Al inicio de la presentación, mientras la conductora lanza el video de presentación, la música de fondo es una melodía triste, penosa, muy calmada, lenta, como si le faltara fuerza para ser escuchada, parece ser un ligero suspiro, pero luego del performance de Nicola Porcella, la melodía cambia y se escucha la letra de la canción “Al final” de Lilly Goodman (2008); esta es una canción cristiana que habla de una vida desafortunada y la concibe como parte de un proceso del cual dios es responsable, además señala que todo tiene una razón de ser un propósito y le otorga a Dios la **responsabilidad de mediar y decidir el destino de cada ser humano**. Así, el texto de la canción sugiere que existe una razón superior a la humana capaz de entender y crear un plan dividido, mientras que el sujeto común y corriente solo se tiene que atenerse a él, ya que no tiene la capacidad de crear un nuevo plan o variar el que se le propone, entonces se puede deducir que se este plan no está sujeto a cambios ni modificaciones. Entonces los sujetos quedan reducidos a entes pasivos, como la propia letra de la

canción lo corrobora, limitado al mundo de los sueños, sin saber que hacer, limitado a la escucha, conforme con el silencio.

Yo he estado entre la espada y la pared
Rodeada de insomnios sin saber qué hacer,
Pidiendo a gritos, tu intervención.
A veces me hablaste de una vez
*En otras tu **silencio solo escuche*** (Lilly Goodman 2008)

Desde esta perspectiva el sujeto queda exento de cualquier responsabilidad sobre sus decisiones y su destino, si el sujeto queda limitado y determinado por las circunstancias, se le resta responsabilidad en la toma de sus decisiones, lo que anula su capacidad volitiva, su agencia y la posibilidad de hacer algo diferente y construir el mismo su propio destino. Pero no es solo eso, nuevamente la creencia de la existencia de un plan divino logra invisibilizar las tensiones sociales e ignorar las desigualdades de accesos en diferentes ámbitos. Así, si se piensa que todo lo que acontece forma parte de un gran plan, entonces no hay nada que cambiar, incluso se puede llegar a pensar que el orden social establecido, las inequidades, la inseguridad ciudadana, la violencia en cualquiera de sus manifestaciones pueden ser parte de este “plan divino”. Y este plan exige que cada sujeto soporte lo que le toca vivir en la vida y que acepte su destino como un sacrificio propuesto por “Dios padre”. En este sentido, se pretende que las personas no busquen cambiar las opresiones en el mundo, sino que acepten la desigualdad, la violencia familiar, social, la falta de accesos a justicia, etc., porque todos esos problemas formarían parte de un plan que no podemos entender por ahora. Para Tendlarz, este “retorno al antiguo espíritu religioso sería una de las nuevas estrategias de "salvar al padre", así, la religión sirve para restaurar el sentimiento de dignidad del hombre, estropeado por la conciencia de su impotencia frente a la naturaleza y frente a su destino" (s.f.). Adicionalmente vemos que la letra de la canción es la que propicia esta inacción frente al destino.

Al final"

Yo he visto el dolor acercarse a mí
Causarme heridas, golpearme así
Y hasta llegue a preguntarme, donde estabas tú.
He hecho preguntas en mi aflicción
Buscando respuestas sin contestación
Y hasta dude por instantes, de tu compasión.
Y aprendí, que en la vida todo tiene un sentido,
Y descubrí que toda obra para bien.

*Y que al final será
Mucho mejor lo que vendrá
Es parte de un propósito
Y todo bien saldrá.
Siempre has estado aquí
Tu palabra no ha fallado
Y nunca me has dejado
Descansa mi confianza sobre ti.*

*Yo he estado entre la espada y la pared
Rodeada de insomnios sin saber qué hacer,
Pidiendo a gritos, tu intervención.
A veces me hablaste de una vez
En otras tu silencio solo escuche
Que interesante, tú forma de responder
Y aprendí que lo que pasa bajo el cielo
Conoces Tú, que todo tiene una razón*

*Y que al final será
Mucho mejor lo que vendrá
Es parte de un propósito
Y todo bien saldrá.
Siempre has estado aquí
Tu palabra no ha fallado
Y nunca me has dejado*

Descansa mi confianza sobre ti. // Dios nunca falla (Lilly Goodman 2008)

4. El goce en el amor como sacrificio

Como reflexiona Miller sobre la máxima lacaniana, “amar es dar lo que no se tiene”, el “dar” no hace referencia a lo que se posee o a lo que se es, o a las cosas materiales, sino va más allá de uno mismo, es dar algo que no se posee o lo que no se es (Waar 2008), se trata de ofrecer eso incompleto que somos o tenemos al otro (Tornabene s.f.). Este grado de entrega por el amor puede llevarnos al sacrificio, como señala Vicens, reformulando a Lacan, “La pasión del amor se muestra en la heroicidad de Antígona, en su forma de amor fraterno llevado hasta las últimas consecuencias: llevada por esa pasión hasta la muerte, ejecuta su propio sacrificio en nombre de lo más oscuro del amor” (2013), en este nivel, el amor ya tiene tintes de sacrificio extremo y de tragedia. La Real Academia Española sacrificar define sacrificar como la acción de ofrecer a una divinidad algo o alguien en su honor, generalmente destruyéndolo o mandándolos.

En el amor sacrificial el sujeto que ama se ofrece así mismo como víctima y sacrifica su propia vida, carne, deseos, etc., todo por el ser amado. El “amor parece estar dispuesto a arrastrarlo todo, a enfrentar todo, y además parece poderlo todo y tener todo

el poder. Para el amor no puede haber nada imposible” (Orozco 2011: 920). En las declaraciones de José Luís se evidencia lo imposible e inagotable del amor sacrificial:

“Decidí ingresar a la universidad, la abandone porque ya iba a nacer mi primera niña, mis hijas son todo para mí, por ellas haría hasta lo imposible por darles todo lo que pueda” (Emisión del 17 de octubre del 2015)

José Luís no solo ha postergado su propia vida, sus metas, sino las ha dejado de lado, las ha “*abandonado*”; todo por el amor y bienestar de sus hijas, situación que es enfatizada repetidas veces con el adverbio de cantidad “*todo*” incluso va más allá y añade que haría hasta lo “*imposible*”, en este sentido queda evidenciado lo ilimitado del amor, no hay límites para darse o entregarse a él y no hay nada que no se le pueda ofrecer. Lo mismo sucede con la esposa del taxista asaltado. Después del accidente, ella se trasladó de Ayacucho a Lima, dejó a sus hijos, su trabajo y obligaciones, todo para cuidar a su esposo.

En estos dos casos, la vida de los protagonistas de los casos de ayuda, se ha quedado en segundo plano, ambos han dejado todo de lado por el bien del ser amado. José Luís y la esposa del taxista al intentar satisfacer todas las necesidades de sus seres amados a costa de sus propias vidas. Así, ellos terminan transformándose en objetos destinados a tapar la falta en el otro. Por consecuencia al ocupar la posición de objeto o cosa, dejan de ser sujetos deseantes y consagran su vida a la de sus seres amados. En este sentido se puede decir, que el amor, logra “humillar y rebajar al sujeto, en su propia valoración, ante el otro amado” (Orozco 2011: 917), bajo esta premisa, no hay posibilidad para el mutuo reconocimiento, ni la igualdad entre sujetos, parafraseando a Gómez a partir de Hinkelammert en una sociedad sacrificial no hay la posibilidad de reconocimiento, alguien “tiene que morir para que el otro viva”. (2012: 196).

En suma, el amor aparece como una causa y fundamento del sacrificio. En ambos casos analizados, los personajes centrales renuncian a la posibilidad de ser sujetos de deseo, sacrificando su vida por el de su ser amado, donde no hay lugar para los deseos de aquel que se sacrifica, quedando así en posición de víctima. La renuncia de a la vida propia de estos personajes, se hace en favor de la familia; es cierto que el apoyo que estos familiares dan a ser querido es parte de su iniciativa propia, sin embargo, el llegar al extremo del sacrificio y exigirlo, no formaría parte de su deseo, sino se traduce en una **exigencia o demanda de sacrificio impuesta en nombre del amor.**

4.1 La demanda de sacrificio

El sacrificar la vida propia de José Luís y la esposa del taxista no es de propia voluntad sino forma parte de exigencias del amor que demandan pruebas y sacrificios en su nombre (Orozco 2011: 925), **así, su demanda sacrificial se convierte en un mandato imperativo.** En este tipo de programas, el sacrificio en nombre del amor no es demandado por el ser amado, sino por aquellos agentes sociales que tienen la autoridad para imponerlo, por ejemplo, la propia Gisela exhorta a la esposa del taxista a seguir atendiendo a su esposo, además se señala a Dios como responsable de lo que pasa:

*“Si puedes un poco más, sabes ha sido Dios quien te ha traído aquí, hay muchas cosas escritas para ti, para tu esposo y para tu familia, no mires lo que te está sucediendo **ahora como tu final**, es uno de los puntos que vas a ir llegando **hasta alcanzar la meta que Dios ha puesto para ti**[...] Dios no va a permitir que te sucedan cosas sin darte toda la ayuda que necesitas”* (Emisión del 24 de octubre del 2015)

*/primer plano del rostro de José Luís llorando/que más le puedo pedir a Dios [...] el cantar en los carros, **el subir de carro en carro no es nada fácil para el ciego, me aferre mucho a Dios, Dios nunca me abandono y sí alguna vez me sentí abandonado he pedido perdón**”* (Emisión del 17 de octubre del 2015)

En este texto Gisela anima a la esposa del taxista a que se exija un poco más, que continúe con la labor que realiza, y lo que ella conseguiría con eso no sería una satisfacción para su vida, **sino es “una meta” propuesta por dios**, nuevamente Dios se convierte en el agente que demanda este sacrificio.

En el siguiente episodio profundizaremos sobre la “desmesura del amor, y su en su exaltada búsqueda suprema de hacer o ser todo para el otro, por el Bien del otro” (Orozco 2011: 925). En el episodio del 17 de octubre del 2015, la conductora en un inicio remarca su interés sobre los incidentes de violencia que protagonizó Nicola Porcella contra Angi Arizaga, al finalizar el desafío, se retoma este tema. Luego de la presentación de Porcella, la conductora continúa con su discurso diciendo:

“ejemplo de familias así deben seguir mostrándose, basta de mostrar lo peor de nuestro país, empecemos a mostrar lo mejor, familias que encuentran en el amor la clave, y con esto sí, me zurro en la televisión, basta ya de mostrar familias que se pelean, basta de mostrar familias que se insultan, basta de mostrar a personas que admiten públicamente que tú eres tan por cual y yo tal por cual, no las familias peruanas somos mucho más que un pleito, las familias peruanas somos de verdad personas que sabemos lavar nuestros trapos sucios en casa, no saquen a unas pocas familias como representantes de las familias peruanas, porque yo puedo mostrarles acá que José Luís Rodríguez es una típica familia de este país,

cuyo ingrediente principal en su hogar ha sido el amor y no el odio” (Emisión del 17 de octubre del 2015)

El preámbulo de Valcárcel, tenía la intención de disminuir el impacto de presentar a Nicola Porcella acusado de violencia por su ex-pareja Angi Arizaga. La conductora exhorta a los medios de comunicación a mostrar solo lo bello y esconder u ocultar cualquier hecho conflictivo, como peleas o insultos, es decir, ocultar la violencia y agresiones que se puedan sufrir dentro de una relación familiar o de pareja, básicamente se niega la posibilidad de denuncia de las víctimas de violencia. Para Gisela, el amor en una relación es el ingrediente principal y demanda sacrificios, que las personas que aman deben estar dispuestas a cumplir. El primer sacrificio que ilustra el episodio protagonizado por José Luís es el dejar todo por la familia y el siguiente es soportar cualquier acto de violencia y ocultar cualquier situación dolorosa o violenta, porque la conductora remarca que hay que “lavar los trapos sucios en casa”, pero ¿cuál es el límite para arreglar las cosas dentro del ámbito estrictamente privado? La ambigüedad de las palabras de la conductora puede llevar al público a generalizar las situaciones de violencia, lo cual puede llevarnos a extremos y soportar violencia todo en nombre del amor. En el episodio protagonizado por Angi y Nicola, se evidencia la imposición del poder del gran Otro, que representa una **entidad superior**, en este caso el amor es ese agente. Así el programa nos plantaría un amor sacrificial que se da vía dependencia, lo implica **el poder pleno del Otro, poder de amparo, poder de protección y valimiento, y del otro lado el amor vía dependencia es impotencia**, sojuzgamiento, humillación, vasallaje (Orozco 2011: 918). Como vimos durante el análisis, las personas se humillan con el objetivo de recibir las dadas y la conmiseración.

El amor como fuente de energía

“cuando un hombre ama lucha, y el hombre que lucha por sus hijos es un hombre, y hombre que no llora es una piedra, señoras y señoras les prometí hombres y mujeres de verdad historias reales, que tendrán vida en este gran show”

4.2 El Goce Sacrificial

Retomando el goce, como señala Nasio, implica “un agudo incremento de la tensión al punto de ser intolerable, está ligado al dolor, al sufrimiento” (Nasio 1998:51), a esa energía psíquica que se vive en circunstancias donde se nos pone al límite. La culpa, como factor característico del goce sacrificial, es un componente que ayuda a

canalizar el sacrificio y también es una prueba del un goce masoquista, que nos pone entre este limite o tensión, como señala Gerez,

“la culpa, enlazada al sacrificio, da cuenta de un rebrote pulsional. El sometimiento a la voluntad de Dios padre, de alguna manera, degrada el progreso de la espiritualidad en tanto sirve **“a los secretos propósitos del castigo”**, esto es, al **goce masoquista**. Goce que, muchas veces, conduce al sujeto y a los pueblos a su aniquilamiento bajo la horrida convicción de que así lo pide el padre en su versión de amo impío (2005: 598).

En las declaraciones de José Luís, se evidencia ese sentimiento de culpa;

*“[...] el cantar en los carros, el subir de carro en carro no es nada fácil para el ciego, me aferre mucho a Dios, Dios nunca me abandono y sí alguna vez me sentí abandonado **he pedido perdón**”* Declaraciones de José Luís Rodríguez, (Emisión del 17 de octubre del 2015)

José Luís menciona la dificultad de su trabajo, además señala que en ocasiones pide perdón y no frente a alguna acción o comportamiento inadecuado o al reconocer en su comportamiento alguna falta; sino cuando se siente abandonado. En este caso el pedir perdón es usado con la intención de adquirir en algún otro momento una gracia o un favor divino, y adicionalmente es evidencia de que José Luí se siente culpable de algo, pero no puede identificar cual es su falta. Igualmente, en la estrofa de la canción “Al final”, claramente se deja entrever la voluntad de castigo insinuada en el programa.

*Al final
Yo he visto el dolor acercarse a mí
Causarme heridas, golpearme así
Y hasta llegue a preguntarme, donde estabas tú.
He hecho preguntas en mi aflicción
Buscando respuestas sin contestación
Y hasta dude por instantes, de tu compasión.
Y aprendí, que en la vida toda tiene un sentido,
Y descubrí, que todo obra para bien* (Lilly Goodman 2008)

Así, en nombre del amor y el sacrificio por el otro, se acepta el dolor, los golpes, las heridas, como parte de algo que “obra para bien”, está necesidad de castigo encuadra con el goce pulsional, de buscar la propia muerte. Como señala Gerez la “necesidad de castigo” o “necesidad de ser castigado por un poder parental” que no responde a la culpa consiente ni a la inconsciente sino a la “satisfacción pulsional” esto es, al registro de la culpa muda (2009: 1098). En la canción que acompaña la presentación de José Luís, el goce implica la tragedia, “el sometimiento de la víctima, no a un victimario sino

al mandato del Otro que lo trasciende, en estos casos se deja traslucir el anhelo de satisfacer al Otro siniestro, en este caso es la religión y “Dios”, con su idea de plan maestro” (Barros s.f.), se trata de estar en buenos términos, en buen acuerdo o de un sometimiento, a una voluntad divina, — que podría verse como tiranía —, por encima de sus intereses y pretensiones personales.

Como señala Contreras, “el sentimiento de culpa causa mortificación ante un superyó cruel y feroz. Este último aparece como un mandato imposible de satisfacer **porque cuanto más se lo obedece**, su exigencia es mayor. Condice así con lo ilimitado. El superyó se presenta entonces como un empuje a la destrucción, como un funcionamiento sostenido por la pulsión de muerte.” (Contreras 2015: 148), causando angustia y sufrimiento. En este caso, las peticiones de sufrimiento como lo acabamos de ver son ilimitadas, y llevan a la destrucción o mejor dicho a la anulación de la persona victimizada.

Al final"

Yo he visto el dolor acercarse a mí

Causarme heridas, golpearme así

Y hasta llegue a preguntarme, donde estabas tú.

He hecho preguntas en mi aflicción

Buscando respuestas sin contestación

Y hasta dude por instantes, de tu compasión.

Y aprendí, que en la vida toda tiene un sentido,

Y descubrí que todo obra para bien.

Y que al final será

Mucho mejor lo que vendrá

Es parte de un propósito

Y todo bien saldrá.

Siempre has estado aquí

Tu palabra no ha fallado

Y nunca me has dejado

Descansa mi confianza sobre ti.

Yo he estado entre la espada y la pared

Rodeada de insomnios sin saber qué hacer,

Pidiendo a gritos, tu intervención.

A veces me hablaste de una vez

En otras tu silencio solo escuche

Que interesante, tú forma de responder

Y aprendí que lo que pasa bajo el cielo

Conoces Tú, que todo tiene una razón...

Y que al final será
Mucho mejor lo que vendrá
Es parte de un propósito
Y todo bien saldrá.
Siempre has estado aquí
Tu palabra no ha fallado
Y nunca me has dejado

Descansa mi confianza sobre ti. //

Dios nunca falla

La victimización permite obtener una serie de beneficios y dispensas, frente a la existencia de una herida física o emocional nos hace sentir protegidos y nos abre las puertas de la salvación, y adicionalmente nos libera de responsabilidades y obligaciones frente a la vida y a las decisiones que tomemos, dejando tales menesteres al gran Otro que puede ser el estado, la religión, Dios, etc. *Como señala Gerez,*

“la tentación sacrificial está ligada a los impedimentos de un duelo por el padre ideal. Salvar al padre parece ser la consigna universal de todo hijo: hacer del padre un immaculado, **un súper-Otro-perfecto**; podemos recurrir a la metáfora de *Superman*: hacer del padre ideal un *Súper-Man*. Pero, si se quiere salvar al padre, es para **tender un manto protector que cobije y extirpe la responsabilidad de cada sujeto de implicarse en sus deseos y goces**: tremenda y auspiciante empresa la de enfrentarse con la propia orfandad y con la irremediable herencia de la inconsistencia del padre. (s.f.)

En suma, el goce propuesto por el programa estaría relacional al sacrificio y al amor como sacrificio. En este caso, la situación límite con la que nos confronta el goce; es precisamente este dolor, sufrimiento que se siente al sacrificar la vida por alguien o algo, este goce estaría alineado al mandato imperativo de la solidaridad. A lo largo de este capítulo hemos podido constatar que la demanda o exigencia del sacrificio, y por consiguiente el goce sacrificial-masquista, es asumido sobre todo en las personas menos favorecidas en el sistema jerárquico, del sector socio-económico D-E, sin embargo, el héroe personificando a la clase social alta también realiza una serie de sacrificios. El siguiente cuadro del *rating* diferenciado por sectores, nos permite identificar mayor audiencia en el sector A-B que en el D-E (Kantar IBOPE Media – consulta 10 de agosto de 2016)

El gran show	Perú HM AB	Perú HMC	Perú HMDE
2013	6.4	5.9	4.8
2014	5.3	4.2	4.8
2015	5.9	5.6	4.9

Retomando la interpasividad y el goce, como señala Žižek

“al ofrecer mi contenido más íntimo, incluyendo mis sueños y mis ansiedades, al Otro, se abre un espacio en el cual soy libre para respirar: cuando el Otro se ríe por mí, tengo la posibilidad de tomar un descanso; **cuando el Otro es sacrificado en mi lugar, estoy en libertad de seguir viviendo con la tranquilidad de que pague por mi culpa [...] cuando el Otro se sacrifica en mi lugar, yo me sacrifico a través del Otro** (1999: 132)”.

Como el goce sacrificial es vivenciado por ambos sectores, nos permite identificar dos caras del goce y la interpasividad. Por un lado, el goce de las personas del sector menor favorecido, a través del mecanismo de interpasividad, vivencian el sacrificio del amor, y la entrega de sus vidas por sus seres queridos, siente que tienen cierta notoriedad siendo víctimas, e igualmente se sienten merecedores de ciertos beneficios y dadas. Sin embargo, esta situación ilusoria los conmina a mantener las situaciones que los limitan y perpetuar sus condiciones de desigualdad, quedarse sumidos en la resignación y la aceptación.

Del otro lado, esta programación logra liberar y dar tranquilidad, al otro sector socio-económico alto A-B. Gracias al mecanismo de interpasividad, el público de este sector siente que está ayudando, así se perpetua “la idea de falsa actividad crees que estas activo” (Žižek 1999: 132), mientras se mantienen pasivo frente a las situaciones de desgracias que sufren otros sectores. Las palabras de Gisela en el episodio del 24 de octubre del 2015, corroboran la existencia del arreglo interpasivo:

*Quiero agradecerles porque hay muchísimos comentarios que me hacen llegar sobre esta secuencia, sobre el desafío, porque sé que el desafío es **algo nos une en sentimientos iguales** a todos los que vemos el programa, **esto nos hace sentir que podemos ser solidarios**, nos hace sentir que hay cosas que **les pasan a algunas personas mucho peor de las que nos pasan a nosotros**, hay personas que vienen acá y que son verdaderos héroes ... en esta secuencia es donde podemos ver hasta dónde llega la mano de dios.*

Las afirmaciones de la conductora evidencia que para el público una ayuda real no sería necesaria, como se señala vasta con “**sentir que podemos ser solidarios**” Como señala Žižek, “la eficiencia simbólica es exactamente la misma que si lo hiciera yo mismo. Uno puede sufrir a través de los reportajes, y se continúa viviendo la vida

despreocupado, mientras se realiza una labor” (1999: 136). Adicionalmente este sector entre en escena a través de la figura del héroe, e igualmente siente que cumplen con el sacrificio exigido por dios, el cristianismo y la mayoría de las religiones, para su salvación; pero como mencionamos este héroe realiza tareas mínimas, que son magnificadas, así, esta visibilización del programa propone la ayuda solidaria como un tipo de sacrificio. Y este sacrificio es propuesto como elemento para poner en línea o en orden a los creyentes, como demostración de aceptar la voluntad de Dios, y como garantía de convivencia en paz y tranquilidad. Lo que corrobora al “cinismo como la forma de la ideología dominante contemporánea, el sujeto cínico está al tanto de la distancia entre la máscara ideológica y la realidad social, pero aún así insiste en la máscara, la formula sería entonces: *ellos saben muy bien lo que hacen, pero aun así lo hacen, la razón cínica lo sabe*” (Žižek 2003b: 57), por que estos sacrificios o ayuda que ofrece esta programación no cambia en nada el orden social imperante, sino más bien refuerza los patrones de dominación.

Adicionalmente, el programa crea cierta distancia frente a la miseria y el dolor, no libera de un contacto real; ya que construye versiones de miseria comerciales donde; se exaltan algunas condiciones, este formato *reality* ha creado una versión más comercial del dolor y los padecimientos, el espectáculo de la miseria más no exaltando el dolor, sino se podría decir que es una versión más ligera.

Conclusiones

Las condiciones trágicas o difíciles de la vida de las personas pueden hacer que algunas opten por ocupar la posición de víctima, dejando de lado sus responsabilidades y empoderando a otros para resolver los problemas personales. La aceptación de ocupar la posición de victima trae consigo una serie de ventajas, como liberarnos de responsabilidades, nos permite acceder ayuda ilimitada, sin embargo, implica efectos adversos porque limita y casi anula la agencia del sujeto, deja a la persona en posición de objeto, y en tal posición no puede exigir igualdad de derechos, solo le queda resignarse a la voluntad y conmiseración de los demás, del estado y sus inequidades, de las desigualdades sociales.

El asignar la condición de víctima a una clase social determinada crea jerarquías que dividen la sociedad en un grupo de poder hegemónico y otro subalterno y

subordinado. Adicionalmente, perpetuar la condición de víctima dentro de un grupo social logra que ese grupo sea percibido como indefenso, lo que permite al grupo hegemónico afianzar su poder y del otro lado genera humillación, vasallaje y subordinación.

La religión se usa como escudo para encubrir la violencia estructural, violencia simbólica y moral, además permite apaciguar la lucha social por el poder, en este sentido la actitud paternalista del gobierno contribuye con este mismo objetivo de invisibilizador, creando víctimas que exigen derechos y olvidan deberes. La religión cristiana ha sido gestora de una imagen de Dios poderosa, vengativa, castigadora, que hace a cualquier ser humano dependiente, vasallo, esclavo de su querer, esta imagen ha creado mucho miedo. De ahí que mucha gente de toda clase social siempre y de diferentes maneras esté ofreciendo dádivas, unas muy sofisticadas y otras abiertamente penitenciales. La voluntad de Dios ha sido traficada por quienes detentan el poder en la Iglesia, justamente para lograr el sometimiento. Este tipo de programas juega con esta creencia que reafirma malévolamente el creer que una persona es pobre porque Dios lo quiso y otra rica por lo mismo. Lejos de buscar las causas y consecuencias de una sociedad neoliberal triturar la conciencia del pobre y lo exponen públicamente sin tener en cuenta su dignidad.

El espectáculo de ayuda social, propuesto por algunos programas de televisión refuerza una serie de estructuras sociales, y nos deja inmersos en la fantasía del sacrificio por amor y la ayuda solidaria. El público A-B que ve esta programación, a través de la interpasividad cree que se colabora con algo mientras ve estos programas. Así, a través del héroe se alimentan el goce por el sacrificio, mientras los televidentes quedan inmersos en la inacción, incluso la indiferencia. Así, el goce propuesto por el programa es el goce sacrificial, es el goce de las víctimas como de los héroes, los primeros en nombre del amor entregan y anulan su propia vida por la de su ser amado y los segundos sacrifican instantes de su tiempo para cambiarle la vida a otro sujeto. El sacrificio por amor es una demanda una entrega sin condiciones y sin límites que es exigida solo a las víctimas, mientras los héroes miden lo que dan.

Cierre

La televisión y sus contenidos igual que cualquier medio de comunicación transmite una serie de mensajes que pueden contribuir o no en la construcción de una serie de imaginarios y estereotipos destructivos, que amenazan la sociedad, sin embargo, la televisión como producto social es un reflejo de la época, de sus características, de sus exigencias, de las presiones que afectan al sujeto. Condenar los contenidos televisivos sin reconocer la relación que mantiene con la sociedad, es desconocer la relación dialógica que se establece entre toda práctica discursiva y la realidad, es decir toda práctica social es producto y reflejo de la época donde se produce y además contribuye a reforzar, perpetuar y transformar las estructuras sociales. Los programas televisivos refuerzan la estructura social y están regidas por el mercado global, por la economía de mercados, por la competencia, la eficacia, por el éxito, por el consumo, por la violencia simbólica, social y moral, por tanto, están insertos en una serie de mandatos imperativos o exigencias de la época.

En relación a la “televisión basura”, primero he de recordar que esta pensada en un sector económico-social C, D, E, sector considerado como una clase social menospreciada de baja jerarquía, subalterna, con dificultades en el acceso a la educación, la cultura, la justicia, la diversión, dificultades económicas, entre otras circunstancias. Como se menciona en la introducción las críticas a la televisión basura, no solo se limitan y descalifican la programación televisiva, sino también a quienes la consumen, y como se pudo ver en el análisis, se contribuye a afianzar las brechas que ya existen en la sociedad peruana desde la colonia. Entonces nuestras percepciones sobre la televisión basura se orientan a estigmatizar también a estas personas, y a formarnos conceptos. Sin embargo, según los datos del *rating*, los sectores económicos menos favorecidos no son los únicos que disfrutan de esta programación y cada sector lo vivencia de manera diferente.

En el primer capítulo analice **el goce perverso en el ejercicio del poder en la figura del “macho pendejo”**, en este sentido es importante mencionar que en la sociedad peruana para ejercer el poder no es necesario demostraciones de fuerza o la violencia física, sino el uso de la violencia simbólica, moral y social es un instrumento mucho más eficiente para detentar el poder, porque ha sido naturalizado, por tanto pasa como desapercibido, además esta violencia es camuflada por la viveza, la broma y la

ironía, que son en nuestros tiempos herramientas de poder y dominación, empleados por figuras transgresoras, que generan admiración.

En el primer capítulo a través del análisis observamos, que el personaje trasgresor masculino, rechaza las exigencias de la época mundo ya que no tiene la intención de asimilarse a la cultura hegemónica, sino por al contrario busca ampliar la brecha y evidenciar su diferencia. La imposición de su poder se da a través de la “pendejada peruana” y subordina y destruye al “otro”, que puede ser la mujer objeto, o cualquier otra masculinidad más exitosa en el orden social, podría presumir de que se trata de una revancha, una posible reivindicación, dentro del orden social establecido. En este sentido **el goce en el ejercicio del poder de la mano del mecanismo de interpasividad, provoca en el supuesto excluido del sistema** (el que esta en desventaja dentro de las estructuras sociales en el Perú) acceder al poder y estar en la cima de la pirámide, lo que se consigue a través del personaje trasgresor.

La como señala Hall, en relación al cine y los estereotipos creados, el primero puede contribuir a reposicionar las identidades antes denigradas o menospreciadas, pero este reposicionamiento debe tomar en cuenta como luchar con los estereotipos y la solución no es crear otro estereotipo denigrante, o vengarse, revertir el estereotipo no es necesariamente voltearlo o subvertirlo, se trata de imágenes positivas, que logren el reconocimiento y celebración de la diversidad y la diferencia en el mundo. (Hall, 2010: 441-442). La televisión cuando presenta ciertos estereotipos

En relación al ejercicio del poder y el subalternizar están a cargo de la figura masculina, quien usa a la mujer como objeto simbólico y al otro feminizado para construir su masculinidad. La masculinidad que propone el programa no es la de las sociedades occidentales avanzadas, donde la masculinidad hegemónica gira en torno al mito del varón autosuficiente que compite en el mercado laboral por dinero, éxito y prestigio, ni tampoco es la mítica masculinidad que permanece ligada a la belicosidad, a la supremacía y dominación de las mujeres mediante la violencia o al poderío sexual. La masculinidad propuesta en el programa deja de lado la belicosidad, la belleza y el poderío sexual y más bien centra su dominio y poder en la viveza, el descaro y la violencia sobre todo psicológica y simbólica.

En el segundo capítulo, vimos como la época mundo, el mercado económico, laboral, el consumo, la posmodernidad proponen un nuevo sujeto para poder hacer frente a las circunstancias, en este sentido surge **el goce narcisista de la mano del**

éxito, que en el mundo entero se ha constituido en un mandato imperativo. En este caso vimos que **el sector D-E es el más afectado por el goce narcisista y la presión por el éxito**, sin embargo, el mecanismo de interpasividad promueve dentro de este sector la pasividad en sus vidas en relación al éxito a este mismo. En el mundo de las telecomunicaciones, de la incertidumbre, las nuevas tecnologías, de la realidad virtual, de la inmediatez, del comercio globalizado, del conocimiento sin fronteras, del internet y las imágenes; el éxito que se busca y se promueve es el inmediato, el del corto plazo, sin importar el futuro o las consecuencias y sin importar los medios. En este sentido el cuerpo humano y las relaciones consideradas otrora como aspectos personales hoy han pasado a formar parte de las mercancías letosas (Lacan 1970), donde su valor de uso desaparece y solo cuenta su valor de cambio y además se han convertido en herramientas y medios para alcanzar el éxito.

Vimos además que el cuerpo de la mujer es el que sufre más la presión del éxito, y sus exigencias se han incrementado, debe ser más bella, más fuerte, nunca envejecer, debe ser madre y permanecer esbelta. El cuerpo se ha convertido en un producto moldeable, que no solo se somete a la voluntad de su portador, sino a las exigencias del mercado. La pregunta es cual es el precio y cuales son los límites para convertir lo personal en mercancía. Las relaciones de pareja son otro elemento antes visto como íntimo que también ha entrado al mundo del mercado y consumo, y esto es gracias al espíritu narcisista de la época, que propone un mundo centrado en el sujeto y su ego, por consiguiente, el será el único que importe y se valdrá de todo lo que este a su alcance para lograr su autorrealización.

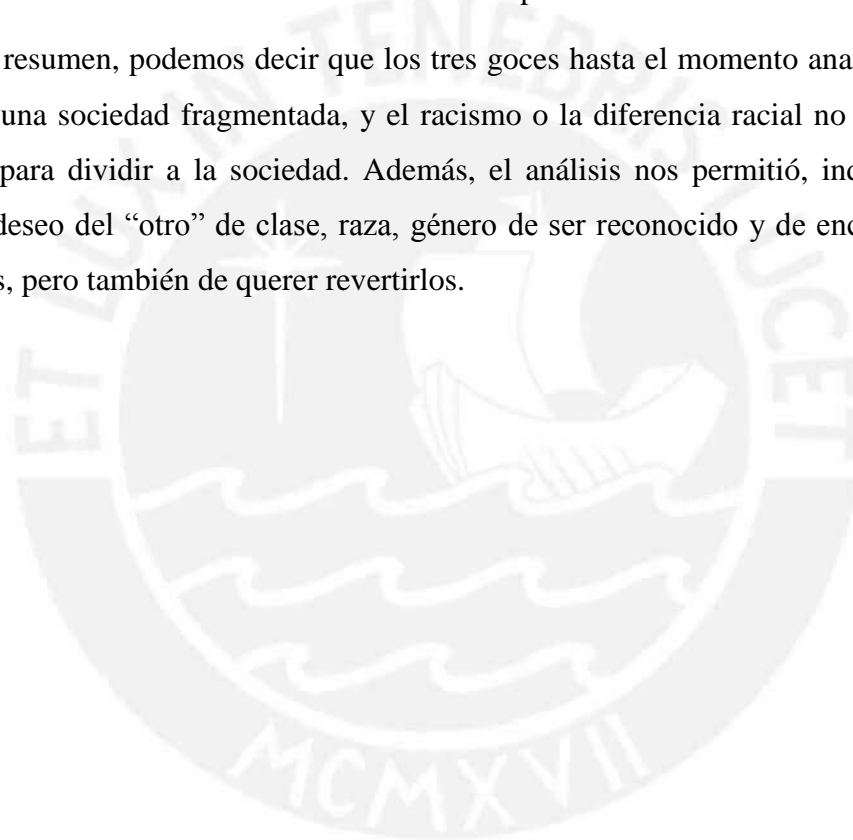
Finalmente, **el goce sacrificial** nos ha permitido ver como la sociedad peruana sigue profundamente dividida por la clase, y la ayuda social donde se destaca y enfatiza la carencia del otro no hace más que aumentar la brecha entre los sujetos que tienen y que pueden frente a “otros” que no tienen y piden. El goce sacrificial y el mecanismo de interpasividad nos ha permitido observar como cada clase social vive la ayuda solidaria de diferente manera. En el sector menos favorecido, se promueve la aceptación de la violencia estructural y en el más alto la ayuda solidaría se queda en la ilusión.

Dentro del sector menos favorecido, el tomar la posición de víctima no es nada despreciable, en primer lugar porque nos libera de las responsabilidades de nuestras acciones y de nuestras vidas, ya que hacemos responsables al destino, las circunstancias, la mala suerte, etc. y además porque nos pone en una posición similar a la del héroe,

incluso creo que mejor, ya que se adquiere notoriedad, sin el menor esfuerzo o preparación o necesidad de hacer gala de algunas hazañas, solo es necesario mostrar nuestras heridas o nuestras carencias. Pero esta posición es peligrosa, porque en una situación de inferioridad no se puede reclamar igualdad de derechos, sino solo recibir lo que de buena gana nos quiera dar aquellos considerados como superiores.

En este punto vimos como la religión se usa como el gran escudo del sacrificio y la víctima, pero además sirve para disfrazar la violencia estructural, evitar la lucha por los derechos de igualdad, de accesos, de justicia, etc. En este sentido se han invisibilizado a los agentes responsables de tal violencia, incluso el estado con su mascara paternalista de la dadiva se colocada en la posición del salvador.

En resumen, podemos decir que los tres goces hasta el momento analizados nos hablan de una sociedad fragmentada, y el racismo o la diferencia racial no es la única estrategia para dividir a la sociedad. Además, el análisis nos permitió, indagar en el profundo deseo del “otro” de clase, raza, género de ser reconocido y de encajar en los parámetros, pero también de querer revertirlos.



Bibliografía

AGUIRRE, Maria

s.f. “El Superyó dice ‘Goza’ y ante el cumplimiento de gozar asoma nuestra insatisfacción”. *A tiempo psicoanálisis*. Consulta: 15 de mayo de 2015.
<http://www.atiempopsi.com/admin/admin/uploads/PUBLICACION/El%20Superyo%20Graciela%20Aguirre.pdf>

ALONSO, Andoni e Iñaki ARZOZ

2007 “Basura hedionda. El impacto de la telebasura en Internet y su revisión quinta columnista”. *Trípodos*. Barcelona, núm. 21, pp. 89-96. Consulta: 11 de mayo de 2015. <http://www.raco.cat/index.php/tripodos/article/viewFile/73551/85208>

ALTHUSSER, Louis.

1977 “Ideología y aparatos ideológicos del Estado”. En *Posiciones*. Barcelona: Anagrama.

ALVA, Mónica

2014 “Análisis cualitativo de la imagen de Niños y Niñas en la Televisión Peruana”. En *CONCORTV*. Consulta: 10 de junio de 2015.
<http://www.concortv.gob.pe/index.php/listado-de-articulos/1398-analisis-cualitativo-de-la-imagen-de-ninos-y-ninas-en-la-television-peruana.html>

AMADOR-BAQUIRO, Juan Carlos

2010 “El intersticio de la víctima-victimario: un análisis de los procesos de subjetivación de cuatro desvinculados de grupos armados en Colombia.” *Universitas Humanística*. Bogota, núm. 69, pp. 163-184. Consulta: 18 de enero de 2016.
<http://www.scielo.org.co/pdf/unih/n69/n69a09.pdf>

ARBOCCÓ DE LOS HEROS, Manuel y Jorge O’BRIEN

2012 “Impacto de la ‘televisión basura’ en la mente y la conducta de niños y adolescentes”. *Unife*. Lima, vol. 2, núm. 20, pp.43-57. Consulta: 11 de mayo de 2015. <http://www.detrasdelaortina.com.pe/download/Impactotvbasura.pdf>

ARDITO, Wilfredo

2014 “Discriminación y Programas de Televisión. Consultoría sobre Estereotipos y Discriminación en la Televisión Peruana” En *CONCORTV*. Consulta: 10 de junio

de 2015. <http://www.concortv.gob.pe/file/2014/investigaciones/07-consultoria-discriminacion-programas-tv-wilfredo-ardito.pdf>

BARROS, Marcelo

Marcelo Barros. Psicoanalista. El “sí” de las víctimas. Consulta: 16 de enero de 2016.
<http://www.marcelobarros.com.ar/template.php?file=Clinica/El-si-de-las-victimas.html>

BAUMAN, Zygmunt

2005 *Modernidad y ambivalencia*. Barcelona: Editorial Anthropos.

2006 *Amor Líquido. Acerca de la Fragilidad de los vínculos*.

2007 *Vida de consumo*. Buenos Aires: Fondo de la Cultura Económica.

BEAUVOIR, Simone

1949 *El segundo sexo. Los hechos y los mitos*. s/l: s/e. Consulta: 24 de junio de 2015

<http://users.dsic.upv.es/~pperis/El%20segundo%20sexo.pdf>

BHABHA, Homi

2002 *El lugar de la cultura*. Buenos Aires: Manantial.

BIFFI, Valeria

2006 “Los dilemas de la representación y la etnicidad desde el turismo cultural.

Experiencias turísticas en una comunidad ese Eja de Madre de Dios”. *Revista de Antropología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos*. Lima, vol. 4, núm. 4. Consulta: 16 de septiembre de 2015

https://www.academia.edu/1041798/LOS_DILEMAS_DE_LA_REPRESENTACION_Y_LA_ETNICIDAD_DESDE_EL_TURISMO_CULTURAL_EXPERIENCIAS_TURISTICAS_EN_UNA_COMUNIDAD_ESE

BOITO, María Eugenia

2012 *Solidaridad/es y Crueldad/es de clase. El orden solidario como mandato transclasista y la emergencia de figuras de crueldad*, Buenos Aires: Estudios Sociológicos Editora.

BOURDIEU, Pierre

2000 *La dominación masculina*. Barcelona-España: Editorial Anagrama.

1986 “Notas provisionales sobre la percepción social del cuerpo”. En *W. Mills et al., Materiales de sociología crítica*. Madrid: Las Ediciones de La Piqueta, pp.183-194.

1998 La distinción. Criterios y bases sociales del gusto. Madrid: Grupo Santillana de Ediciones S.A.

BRUNER, Troy

2012-2013 “Pascal Bruckner—Guilt in Western Consciousness With Perspectives from Karl Jaspers and Viktor Frankl”. *Existenz, An International Journal in Philosophy, Religion, Politics, and the Arts*. Fall, vol. 7, núm. 2, pp. 57-65. Consulta: 18 de enero de 2016. <http://www.existenz.us/volumes/Vol.7-2Bruner.pdf>

BUENO, Gustavo

2003 Telebasura y democracia. Cada pueblo tiene la televisión que se merece. Madrid: Ediciones Punto de Lectura.

CEBERIO DE LEÓN, Iñaki

2007 “El sujeto en Bergson”. *Daimon Revista de Filosofía*. Suplemento 1, pp.53-59. Consulta: el 15 de abril de 2016.
revistas.um.es/daimon/article/download/120781/113511

CEBRIÁN HERREROS, Mariano

2003 “La nueva frontera de los *realities shows* y de las estrategias multimedia”. *Palabra Clave*. Núm. 9. Consulta: 15 de enero de 2016
<http://www.redalyc.org/html/649/64900902/>

COLLAZOS SOTO, Marisol

Victimología. 2 Concepto de víctima. Curso 2006/07.Licenciatura en Criminología UM. Consulta: 16 de enero del 2016.
<http://www.marisolcollazos.es/victimologia/Victimologia-Concepto-de-victima.html>

CONTRERAS BUSTAMANTE, Jimena

2015 “El superyó y la época actual” *Ajayu*. s/l, vol. 13, núm. 2, pp. 147-151. Consulta: 10 de abril de 2016 <http://www.scielo.org/bo/pdf/rap/v13n2/v13n2a02.pdf>

CORTÉS IBÁÑEZ, Erika Alejandra

2014 “Feminización y subalternización del otro enemigo. Construcción y destrucción de corporalidades en contextos de conflicto armado y violencia extrema”. *Colombia Internacional*. Núm. 80, pp. 57-82. Consulta: 16 de enero del 2016.
<http://colombiainternacional.uniandes.edu.co/view.php/9161/index.php?id=9161>

DAMATTA, Roberto

2002 Carnavales, malandros y héroes. Hacia una sociología del dilema brasileño.

México D.F.: Fondo de Cultura Económica

DENEGRI, Marco Aurelio

2004, Revista Domingo, La República, 10 de octubre 2004)

DIDI-HUBERMAN, Georges

1997 Lo que vemos, lo que nos mira. Buenos Aires: Manantial, pp. 19-26

EAGLETON, TERRY

2001 *La idea de la cultura. Una mirada política sobre los conflictos culturales*. Buenos Aires: Paidós.

ELIACHEFF, Caroline y Daniel SOULEZ LARIVIERE

2009 *El tiempo de las víctimas*. Madrid. España: Akal

https://books.google.com.pe/books?id=d35MPZwycs8C&pg=PA22&lpg=PA22&dq=es+distinguida+por+los+medios+de+comunicaci%C3%B3n,+y+se+encuentra+en+primera+plana,+igual+que+los+campeones+&source=bl&ots=LowL9zAtDx&sig=ZdSYXmvj8z1ymn1X7BomAO8_u08&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjR3-Mu6vMAhVC7CYKHfgDAAQQ6AEIHDA#v=onepage&q=es%20distinguida%20por%20los%20medios%20de%20comunicaci%C3%B3n%2C%20y%20se%20encuentra%20en%20primera%20plana%2C%20igual%20que%20los%20campeones&f=false

ESCOBAR MARIA, Carmen Elisa

2012 Freud Sueños, violencia y educación *Huellas Revista de la Universidad del Norte*.

Barranquilla, Colombia, núm. 58-59, pp. 51-63. Consulta: 8 de enero de 2016.

http://guayacan.uninorte.edu.co/publicaciones/upload/File/huellas_No58y59.pdf

FERNÁNDEZ, J. Manuel

2005 “La noción de violencia simbólica en la obra de Pierre Bourdieu: una aproximación crítica”. *Cuadernos de Trabajo Social* 7. s/1, vol. 18, núm. 2005, pp. 7-31. Consulta: 8 de enero de 2016:

<http://www.enlinea.cij.gob.mx/Cursos/Hospitalizacion/pdf/PierreBourdieu.pdf>

FERRÁNDIZ MARTÍN, Francisco y Carles FEIXA PAMPOLS

2004 “Una mirada antropológica sobre las violencias”. *Alteridades*. s/l, vol. 14, núm. 27, pp. 159-174. Consulta: 16 de enero del 2016.

<http://www.redalyc.org/html/747/74702710/>

FERRANTE, Carolina y Miguel A. V. FERREIRA

2011 “Cuerpo y habitus: el marco estructural de la experiencia de la discapacidad”.

Intersticios: Revista Sociológica de Pensamiento Crítico. s/l, vol. 5, núm. 2, pp. 85-101. Consulta: 18 de diciembre de 2016.

<http://www.intersticios.es/article/download/8888/6229>

FOUCAULT, Michel

1976-2002 *Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión*. Buenos Aires- Argentina: Siglo XXI Editores.

1980 “El ojo del poder”, Entrevista con Michel Foucault, en Bentham, Jeremías: “El Panóptico”, Ed. La Piqueta, Barcelona, 1980. Traducción de Julia Varela y Fernando Alvarez-Uría. Consulta: 15 de diciembre de 2015. [www.philosophia.cl /](http://www.philosophia.cl/) Escuela de Filosofía Universidad ARCIS.

<https://iedimagen.files.wordpress.com/2012/02/bentham-jeremy-el-panoptico-1791.pdf>

FRANCO, Yago

2010 “El Gran Accidente: la destrucción del afecto”. *El Psicoanalítico*. Núm. 3, pp. 4-12 Consulta: 16 de enero del 2016 <http://www.elpsicoanalitico.com.ar/num3/ep-3.pdf>

FREDRICKSON, Barbara y Tomi Ann ROBERTS

1997 “Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks”. *Psychology of Women Quarterly*. Cambridge, vol. 21, núm. 173-206. Consulta: 8 de octubre de 2016

<http://www.sanchezlab.com/pdfs/FredricksonRoberts.pdf>

FREUD, Sigmund

1914 *Introducción del Narcisismo*. Ob. Completas Amorrortu Ed. s/l, vol. 14

GARCÍA GÓMEZ, Maria Teresa

2002 Las mujeres y los equipos directivos. Departamento de didáctica y organización escolar. Tesis doctoral. Universidad de Granada. Facultad de ciencias de la educación.

<https://books.google.com.pe/books?id=nU8OAQAAQBAJ&pg=PA112&lpg=PA1>

12&dq=contribuyen+inadvertidamente+a+su+propia+desventaja+y+devaluaci%C3%B3n&source=bl&ots=4U_X8OCHcx&sig=F7ct7fO1z7gUvoV_8o94XS11Ajs&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=contribuyen%20inadvertidamente%20a%20su%20propia%20desventaja%20y%20devaluaci%C3%B3n&f=false

FUENZALIDA V, Fernando; MAYER, Enrique; ESCOBAR, Gabriel; BOURRICAUD, François y MATOS MAR, José.

1970 *El indio y el poder en el Perú*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.

GARCÍA CLANCLINI, Néstor

1995 “El consumo sirve para pensar”. En: *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo, pp.41-55.

http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/garcia_clanclini_el_consumo_sirve_para_pensar.pdf

GEREZ AMBERTÍN, Marta

Culpabilidad y sacrificio. Consulta: 15 de noviembre de 2015.

<http://www.imagoagenda.com/articulo.asp?idarticulo=1280>

2005 “Sacrificio y paradojas de los Nombres del Padre”. *Revista Latinoamericana de Psicopatología Fundamental*. s/l, vol. 8, núm. 4, pp. 596- 616. Consultada 16 de diciembre de 2015. <http://www.redalyc.org/pdf/2330/233017491002.pdf>

2009 “Culpa, anomia y violencia”. *Revista Mal-estar e Subjetividade*. Fortaleza, vol.9 núm. 4, pp.1077-1102. Consultada el 21 de enero de 2016.

<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/malestar/v9n4/02.pdf>

GLUCKMAN, Max

1963 “Papers in Honor of Melville J. Herskovits: Gossip and Scandal”. *Current Anthropology*. Chicago, vol. 4, núm. 3, pp. 307-316. Consulta: 17 de julio del 2016.

URL: <http://www.jstor.org/stable/2739613>

GÓMEZ ESPINOSSA, Moisés Vladimir

2012 *La idea de Sacrificialidad en Franz Hinkelammert*. Tesis para optar el grado de Maestro en Filosofía Iberoamericana. Antiguo Cuscatlán, El Salvador: Universidad Centro Americana José Simeón Cañas, Facultad de Postgrados, Maestría en Filosofía Iberoamericana. Consultada el 15 de enero de 2016.

<http://www.uca.edu.sv/filosofia/admin/files/1382116559.pdf>

GONZÁLES LAURINO, Calorina

2008 “Identidad y percepción social del cuerpo”. En Porzecanski, Teresa. *El cuerpo y sus espejos*. Universidad de Michigan, Editorial Planeta, pp.17-29. Consulta: 21 de diciembre del 2015.

<http://www.ceip.edu.uy/IFS/documentos/2015/sexual/cursos/jornada2/identidad-y-percepcion-social-del-cuerpo-el-cuerpo-y-sus-espejos.pdf>

GONZÁLEZ REQUENA, Jesús

1999 *El discurso televisivo: Espectáculo de la posmodernidad*. Madrid: Cátedra (Signo e imagen).

GOODMAN, Lilly

2008 “El final” *Sin miedo a nada*

GUARNÉ CABELLO, Blai

2004 “Imágenes de la diferencia. Alteridad, discurso y representación”. En Ardevol, Elisenda y Muntañola, Nora. *Representación y cultura audiovisual en la sociedad contemporánea*. Barcelona: Editorial UOC, pp.47-128

GUHA, Ranajit y Gatri Chakravorty SPIVAK

1988 *Selected Subaltern studies*. New York: Oxford University Press.
https://books.google.com.pe/books?id=JEjsQbxIOC0C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q=subordination&f=false

HILDEBRANDT, César

2003, Programa “Entre Líneas” Canal N. Domingo 13 de abril de 2003)

JÁUREGUI, Inmaculada

2000 “El sentido moral del toxicómano. Entre el deseo y la ley. Orientaciones para una intervención”. *Gazeta de Antropología*. Granada, núm. 16, artículo 10. Consulta: 15 de noviembre de 2015

http://www.ugr.es/~pwlac/G16_10Inmaculada_Jauregui.html

<http://hdl.handle.net/10481/7505>

ILOYDEN, Humbelina

(s.f.) “La mujer objeto. La femineidad en el juego de los imaginarios”. *Tramas*, pp.59-66. Consulta: 16 de enero del 2016.

<http://201.147.150.252:8080/jspui/bitstream/123456789/2473/1/Tramas.pdf>

HALL, Stuart

2010 *Sin garantías: Trayectorias y problemáticas en estudios culturales*, Ecuador:
Envi3n Editores

HARDY, Ellen y Ana Luisa JIMÉNEZ

2001 "Masculinidad y Género" *Rev Cubana Salud P3blica*. S3o Paulo, vol.2, n3m. 27,
pp. 77-88. Consulta: 6 de julio de 2015

<http://scielo.sld.cu/pdf/rcsp/v27n2/spu01201.pdf>

HARTOG, Fran3ois

2012 El tiempo de las v3ctimas. *Revista de Estudios Sociales*, Sin n3mero, pp. 12-19.

HERNÁNDEZ, Roberto Carlos

2006 "Ese sublime objeto: la ideolog3a en Žižek". *Argumentos*. M3xico, D.F., vol. 19,
n3m. 52, pp.149-176. Consulta: 7 de enero de 2016

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-57952006000300008&lng=es&tlng=es.

LACAN, Jacques

1963 *Seminario X. La angustia*. Buenos Aires: Editorial Paid3s. 2007

1963a *Seminario X. La angustia. Clase 8*. 16 de enero de 1963.

1970 *Seminario. Libro 17. El reverso del psicoan3lisis*. Buenos Aires: Paid3s.2002.

1972 *Seminario XX. A3n. Clase 1 del Goce*. 21 de noviembre de 1972

1975^a *Kant con Sade, en Escritos II*. Buenos Aires: Siglo XXI, pp.744-770

1986 *Seminario VII La 3tica del psicoan3lisis. Las paradojas del goce, entre prohibici3n y trasgresi3n*.

LYOTARD, Jean-Francois

1987 *La condici3n postmoderna*. Madrid: Ediciones C3tedra S.A.

LIPOVETSKY, Gil3es

2000 *La era del vac3o Ensayos sobre el individualismo contempor3neo*. Barcelona:
Anagrama.

LE BRETON, David

2002. *Antropolog3a del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visi3n.

L3PEZ GIL, Marta

2000 *Zonas Filosóficas: Un Libro De Fragmentos*. Buenos Aires: Editorial Biblos.

Consulta: 16 de enero del 2016.

<https://books.google.com.pe/books?id=dAxKy14RxdEC&pg=PA86&lpg=PA86&dq=ser%20ADa+un+cuerpo+joven,+hermoso,+sin+ning%20BAn+problema+fisico&source=bl&ots=tLUybKfA3V&sig=NnX61qSAtsEkfRsU45P9ZSQnRho&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj6pOFiqXMAhVMwiYKHV25BeUQ6AEIGjA#v=onepage&q=ser%20ADa%20un%20cuerpo%20joven%20%20hermoso%20%20sin%20ning%20BAn%20problema%20fisico&f=false>

MAISTO, Albert A. y Charles MORRIS

2001 *Introducción a la psicología* Décima edición. México: Pearson Edición

MARESCA, Silvio Juan; Magliano, Roberto y Ons, Silvia

2006 *Placer y bien: Platón, Aristóteles, Freud*. Editorial Biblos Intertextos. Buenos Aires

MARGULIS, Mario y otros

2003 *Juventud, cultura, sexualidad: la dimensión cultural en la afectividad y la*

sexualidad de los jóvenes de Buenos Aires. Buenos Aires: Editorial Biblos.

https://books.google.com.pe/books?id=Ex6jxgurVX4C&pg=PA121&lpg=PA121&dq=pasaporte+para+ingresar+a+la+competencia+en+el+mercado+afectivo+y+social&source=bl&ots=XjBk6_Z9Id&sig=mx0RZVNQpHBwOC-KQQA9t8hMQco&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=prestigio&f=false

MONTERO, Nicolás

Somos un país de víctimas más que de victimarios. Consulta: 16 de enero del 2016.

<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12768014>

NASIO, Juan David

1998 *Cinco Lecciones sobre la Teoría de Jacques Lacan*. Segunda Edición. Barcelona.

Editorial Gedisa. Consulta: 18 de enero del 2016.

<https://agapepsicoanalitico.files.wordpress.com/2013/07/cinco-lecciones-sobre-jacques-lacan.pdf>

OROZCO GUZMÁN, Mario

2011 "Amor sacrificial". *Revista Malestar e subjetividad e-*. Fortaleza, vol. 11, núm. 3, pp.913 -932. Consulta: 16 de enero del 2016.

<http://www.redalyc.org/html/271/27122346001/>

<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/malestar/v11n3/02.pdf>

OSBORNE, Raquel

2009 “Construcción de la víctima, destrucción del sujeto”. *Pensamiento Crítico*.

Jornadas Feministas de 2009. *Página Abierta*. Consultada el 28 de noviembre

2016. <http://www.pensamientocritico.org/raqosb0210.html>

OSORIO, Mariana

Triunfo o realización: ¿Qué es el éxito? Consulta: 15 de abril del 2015

<http://mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/triunfo-o-realizacion-que-es-el-exito>

PERALES BAZO, Francisco

2011 “La realidad mediatizada: el *reality show*”. *Revista Comunicación*. Sevilla, vol.1, núm. 9, pp. 20-131. Consulta: 16 de enero del 2016.

<http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n9/monografico/M09.->

[La_realidad_mediatizada_el_reality_show.pdf](#)

PERCEVAL, José María

s.f. “Víctimas y verdugos. Realidad y construcción de la víctima y el victimismo”.

Universidad Internacional de la Pau. Consulta: 16 de enero del 2016.

<http://www.universitatdelapau.org/files/23-32651->

[document/perceval.pdf?go=3d7fa7fcaa728fb8941cc1d1a7b3a6b538abfe5ea9378d04388cca05d6513cad7b7d38f7659e79bc8fb5dd78802d9dd444eb55e386c10cf3">document/perceval.pdf?go=3d7fa7fcaa728fb8941cc1d1a7b3a6b538abfe5ea9378d04388cca05d6513cad7b7d38f7659e79bc8fb5dd78802d9dd444eb55e386c10cf3](#)

PÉREZ-HENAO, Horacio

2010 *El cuerpo narrado en el reality show: un estudio sobre Cambio extremo*. Medellín, Colombia: Sello Editorial Universidad de Medellín

2011 “*Reality show* cambio extremo: El cuerpo como mercancía en la sociedad globalizada” *Cuadernos de información*. Medellín, núm. 29, pp.52-58. Consulta: 16 de enero del 2016. <http://www.redalyc.org/pdf/971/97122694005.pdf>

PÉREZ, M. Pilar

1986 “El héroe en las "tragedias complejas" de Alfonso Sastre” *Centro Virtual*

Cervantes AIH. Actas. Colorado, vol. 9, sin número, pp. 327-335. Consulta: 8 de febrero de 2016

http://cvc.cervantes.es/literatura/aih/pdf/09/aih_09_2_036.pdf

PERONA, Nélica; CRUCELLA, Carlos; ROCCHI, Graciela; ROBIN, Silva
Vulnerabilidad y Exclusión social. Una propuesta metodológica para el estudio de las condiciones de vida de los hogares. Consulta: 20 de marzo de 2016.

<http://www.ubiobio.cl/cps/ponencia/doc/p15.4.htm>

PIETROSEMOLI, Lourdes

2009 “El chisme y su función en la conversación”. *Lengua y habla Revista del Centro de Investigación y Atención Lingüística C.I.A.L.* Merida, vol. 13. pp. 55-67.

Consulta: 18 de enero de 2016.

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/lenguayhabla/article/view/1033/1005>

RIBEYRO, Julio

1954 “Alienación”. Consulta: 25 de mayo de 2015.

<http://blogs.up.edu.pe/nubes/textos-de-discusion/julio-ramon-ribeyro-alienacion/>

RIVIÈRE, Margarita

2009 Fama, medios de comunicación y opinión pública. *Quaderns del CAC*. Núm 33, pp. 119-123. Consulta: 8 de marzo de

2016:http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q33_Riviere_ES.pdf

RODRÍGUEZ SALAZAR, Tania y Iliana PÉREZ SÁNCHEZ

2014 “La sexualidad femenina en discursos de la prensa popular y la ficción televisiva”. *Nueva época*. Jalisco, núm. 21, pp. 15-41. Consulta: 16 de enero del 2016.

<http://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n21/n21a2.pdf>

ROSTAGNOTTO, Alejandro y Mariela Ruth YESURON

2014 El estudio de la perversión en Lacan. VI Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XXI. Jornadas de investigación décimo encuentro de investigadores en psicología del Mercosur. Facultad de psicología - universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, pp.124-126. Consulta: 8 de abril de 2016: <https://www.aacademica.org/000-035/197.pdf>

SÁEZ, Gemma; VALOR-SEGURA, Inmaculada y EXPÓSITO, Francisca

2012 “¿Empoderamiento o Subyugación de la Mujer? Experiencias de Cosificación Sexual Interpersonal”. *Psychosocial Intervention*. Universidad de Granada, Granada, vol. 21, núm. 1, pp. 41-51. Consulta: 16 de octubre de 2015.

[http://psychosocial-](http://psychosocial-intervention.elsevier.es/index.php?p=watermark&idApp=M6LJZ6W5&piiItem=S)

[intervention.elsevier.es/index.php?p=watermark&idApp=M6LJZ6W5&piiItem=S](http://psychosocial-intervention.elsevier.es/index.php?p=watermark&idApp=M6LJZ6W5&piiItem=S)

1132055912700637&origen=psyint&web=psyint&urlApp=http://psychosocial-intervention.elsevier.es/&estadoItem=S300&idiomaItem=es

SÁNCHEZ DÁVILA, Mario

2013, “Representación de raza, clase y moral en la televisión del Perú. Un análisis social de “Magaly TeVe” y “Al fondo hay sitio”. *Correspondencias & Análisis*. Lima, vol.193, núm. 3, pp.193-232. Consulta: 12 de abril de 2016.
http://www.correspondenciasy analisis.com/es/pdf/pe/1_representacion_raza_clase_moral.pdf

SAN MIGUEL, María Teresa

2002 “El psicoanálisis: una teoría sin género. Masculinidad/feminidad en la obra de Sigmund Freud La revisión de Jean Laplanche”. *Aperturas Psicoanalíticas Revista Internacional de psicoanálisis*. Núm. 16. Consulta: 16 de enero del 2016.
Resumen de la Tesis Doctoral presentada en la Universidad Pontificia Comillas de Madrid (28 de octubre de 2002).
<http://www.aperturas.org/articulos.php?id=0000280>

SARTORI, Giovanni

1998 *Homo videns La sociedad teledirigida*. Buenos Aires: Taurus.

SERGE, André

2002 *¿Qué quiere una mujer?* Buenos Aires: Siglo XXI.

SEOANE, Julio

2010 “Las culturas de la perversión Evolución y cambio social” *En Documentos Córdoba 2010. Encuentros Jurídico-Psiquiátricos*. Consulta: 16 de enero del 2016.
http://www.uv.es/seoane/publicaciones/Las_culturas_de_la_perversion_Evolucion_y_Cambio_social.pdf

SILVA SANTISTEBAN, Roció

2008: 2009 *El factor Asco Basurización simbólica y discursos autoritarios en el Perú contemporáneo*.

SPIVAK, Gatatri Chakravorty

2003 “¿Puede hablar el subalterno?”. *Revista Colombiana de Antropología*. s/l, vol.39, pp.297-364. Consulta: 12 de marzo de 2015.
<http://www.scielo.org.co/pdf/rcan/v39/v39a10.pdf>

STECHEER, Antonio

2009 “La competencia por el éxito y la búsqueda de la autenticidad: Modelos de identidad en el Chile actual”. *Psicoperspectivas Individuo y sociedad*. Valparaíso, vol. 8, núm. 2, pp. 266-292. Consulta: 15 de octubre de 2016.

<http://www.psicoperspectivas.cl/index.php/psicoperspectivas/issue/view/10m>

TENDLARZ, Silvia Elena

Lo patológico de la identificación XV Jornadas Anuales de la Escuela de la Orientación Lacaniana. Consulta: 18 de diciembre de 2016.

http://www.eol.org.ar/template.asp?Sec=jornadas&SubSec=jornadas_eol&File=jornadas_eol/015/apertura/tendlarz.html

THEIDON, Kimberly

2004. *Entre prójimos: el conflicto armado interno y la política de reconciliación en el Perú*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.

TORNABENE, Inés

Lacán, el Amor, la Responsabilidad y la Culpa. Consulta: 12 de enero de 2016.

<https://inestornabene.com/2010/12/17/lacan-el-amor-la-responsabilidad-y-la-culpa/>

TRECHERA Herrera, José Luís

1996, “El narcisismo: epidemia de nuestro tiempo” *Revista Envío*. Núm. 173. Consulta: 14 de enero de 2016. <http://www.envio.org.ni/articulo/243>

UBILLUZ, Juan Carlos

2006 *Nuevos súbditos: cinismo y perversión en la sociedad contemporánea*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.

2012 *La pantalla detrás del mundo. Las ficciones fundamentales de Hollywood* Instituto de Estudios Peruanos, Lima,

VALCUENDE DEL RÍO, José María y Rafael CÁCERES FERIA.

2014 “Bricheros: sexo, raza y etnicidad en contextos turísticos”. *Revista de Estudios Sociales*. Bogota, núm. 49, pp. 72-86. Consulta: 8 de diciembre de 2016.

<http://dx.doi.org/10.7440/res49.2014.06>

VARGAS, Lluís Pla

2002 *Consumo, identidad y política*. Tesis doctoral. Barcelona: Universidad de Barcelona, Facultad de Filosofía. Consultada el 15 de enero del 2016.

http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/97165/LPV_TESIS.pdf?sequence=1

VARGAS, Luís

2000 *Adiós a la vergüenza los Talk shows en el Perú*. Arequipa: Universidad Nacional de San Agustín.

VARGAS, Mery

2011 “Imagen de los niños y niñas en la televisión: Análisis cualitativo de la programación de la televisión de señal abierta en Lima”. En *CONCORTV*. Consulta: 10 de junio de 2015. <http://www.concortv.gob.pe/index.php/listado-de-articulos/1115-imagen-de-los-ninos-y-ninas-en-la-television-analisis-cualitativo-de-la-programacion-de-la-television-de-senal-abierta-en-lima.html>

2012 “Análisis de la imagen de las mujeres en la programación televisiva transmitida en Lima”. En *CONCORTV*. Consulta: 10 de junio de 2015. <http://www.concortv.gob.pe/index.php/listado-de-articulos/948-analisis-de-la-imagen-de-las-mujeres-en-la-programacion-televisiva-transmitida-en-lima.html>

VICENS, Antoni

2013 “La política del síntoma es el nombre actual de nuestra clínica”. Intervención las Sesiones preparatorias de las XII Jornadas de la ELP. En el espacio de la sede de Barcelona de la Comunidad de Cataluña de la ELP. Barcelona, 28 de mayo de 2013. Consulta: 16 de enero de 2016.

<http://www.freudiana.com/articulos.php?idarticulo=51>

VICH, Víctor y Virginia ZAVALA.

2004 *Oralidad y poder*. Bogotá: Norma, 2004.

VUCÍNOVICH, Nicolás; Rafael ROMERO GOMERO; Silvia POVES OÑATE y Juan OTERO RODRÍGUEZ.

2011. “Otra época, otro malestar en la cultura: vigencia del psicoanálisis como crítica social”. *Rev. Asoc. Esp. Neuropsi. s/l*, vol. 31, núm. 111, pp.505-511. Consulta: 16 de enero del 2016. <http://scielo.isciii.es/pdf/neuropsiq/v31n3/originalbreve.pdf>

WAAR, Hanna

2008 “Entrevista a Jacques Alain Miller Sobre el amor”. *Psychologies Magazine*. México, núm. 278. Traducción: Silvia Baudini. Consultado el 15 de abril del 2016. <http://www.nel-mexico.org/articulos/seccion/varite/edicion/Problemas-de-pareja/352/Sobre-el-amor-Jacques-Alain-Miller>

WAXEMBERG, Jorge

2011 *La crisis del éxito*. CAFH. Consulta: el 15 de abril del 2016.

http://www.cafh.org/espanol/publications/LA_CRISIS_DEL_EXITO_imprimir.pdf

WEBER, Max

1993 “Tipos de dominación”, *Economía y Sociedad*. Madrid: Fondo de cultura económica, pp. 170-248.

ŽIŽEK, Slavoj

1999 *El acoso de las fantasías*. México DF: Siglo XXI.

1999a “Tú puedes”. Extraído de LRB, s/l, vol. 21 No.6. 18 de marzo de 1999. Consulta: 16 de enero de 2016. www.antroposmoderno.com/word/zizeck.doc

2001. “¿A dónde va el Edipo?” *El sujeto Espinoso. El centro ausente de la ontología política*. Buenos Aires: Paidós, pp. 331-420

2003 *Ideología. Un mapa de la cuestión*, Buenos Aires: FCE.

2003a ¿Quieres reír por mí, por favor? Consulta: 18 de enero de 2016.

http://inthesetimes.com/article/88/will_you_laugh_for_me_please

2003b. El sublime objeto de la ideología. Buenos Aires: Siglo XXI

Videos

AMÉRICA TELEVISIÓN (canal #4) 2012. Esto es Guerra. Lima. Emisión: 12 de septiembre de 2012. Consulta: 13 de octubre de 2015.

<https://www.youtube.com/watch?v=Z64NZY0W3Xo>

AMÉRICA TELEVISIÓN (canal #4) 2013. Esto es Guerra: Conoce el diario de Jazmín Pinedo (Parte 1) – 05 de septiembre de 2013. Lima. Emisión: 05 de septiembre de 2013. Consulta: 11 de febrero de 2014.

<https://www.youtube.com/watch?v=0drXiNEY6ow>

AMÉRICA TELEVISIÓN (canal #4) 2013. Esto es Guerra: Conoce el diario de Jazmín Pinedo (Parte 2) - 05 de septiembre de 2013. Lima. Emisión: 05 de septiembre de 2013. Consulta: 11 de febrero de 2014.

<https://www.youtube.com/watch?v=EegSqkTuZcM>

AMÉRICA TELEVISIÓN (canal #4) 2014. Esto es Guerra. Lima. Emisión: 15 julio 2014. Consulta: 13 de octubre de 2015.

<https://www.youtube.com/watch?v=oi0zOrxXnjo>

AMÉRICA TELEVISIÓN (canal #4) 2014. Esto es Guerra- Décima Temporada parte 1/5. Lima. Emisión: 13 de octubre de 2015. Consulta: 11 de febrero de 2014.

<https://www.youtube.com/watch?v=oKdBKv27STk>

AMÉRICA TELEVISIÓN (canal #4) 2015. Esto es Guerra. Lima. Emisión: 15 de septiembre de 2015. Consulta: 11 de febrero de 2014.

<https://www.youtube.com/watch?v=dCLacbNwDzQ>

AMÉRICA TELEVISIÓN (canal #4) 2013. Día D. La transformación de Michel Soifer. Lima. Emisión: 27 abril de 2014. Consulta: 13 de octubre de 2015.

<https://www.youtube.com/watch?v=pP2CKABOpTM>

AMÉRICA TELEVISIÓN (canal #4) 2013. Día D. Lima. Emisión: 03 de marzo de 2013. Consulta: 13 de octubre de 2015.

<https://www.youtube.com/watch?v=-7YOzBe4Tbc>

AMÉRICA TELEVISIÓN (canal #4) 2013. América Noticias Espectáculos. Lima. Emisión: 19 mayo 2014. Consulta: 13 de octubre de 2015.

<https://www.youtube.com/watch?v=mWr8eBT9TVE>

AMÉRICA TELEVISIÓN (canal #4) 2015. El gran Show. Lima. Emisión: 17 de octubre del 2015. Consulta: 5 de noviembre de 2016.

<https://www.youtube.com/watch?v=0TpIZvniRs>

AMÉRICA TELEVISIÓN (canal #4) 2015. El gran Show. Lima. Emisión: 24 de octubre del 2015. Consulta: 5 de noviembre de 2016.

<https://www.youtube.com/watch?v=wQ7dpAaMd3A>

AMÉRICA TELEVISIÓN (canal #4) 2015. El gran Show. Lima. Emisión: 16 de mayo de 2015. Consulta: 5 de noviembre de 2016.

ANDINA DE TELEVISIÓN ATV (canal #4) 2014. Historia Secretas. Lima. Emisión: 21 de octubre de 2014. Consulta: 13 de octubre de 2015.

https://www.youtube.com/watch?v=ezp2_OWw4fg

FRECUENCIA LATINA. 2013. La noche es mía. El gringo WTF busca chamba. Lima. Emisión: 23 de noviembre de 2013 Consulta: 10 de abril de 2015.

<https://www.youtube.com/watch?v=c2we0H8LOCA>

FRECUENCIA LATINA. 2013. La noche es mía. El Gringo WTF se somete al calentómetro. Lima. Emisión: 29 de noviembre de 2013 Consulta: 10 de abril de 2015.

<https://www.youtube.com/watch?v=F1Uee2slUsk>

FRECUENCIA LATINA. 2015. La noche es mía. Lima. Emisión: del 19 de enero de 2015. Consulta: 10 de abril de 2015.

<https://www.youtube.com/watch?v=Z9mTyHIjO6w>

FRECUENCIA LATINA. 2015. La noche es mía. Lima. Emisión: 26 de enero de 2015. Consulta: 10 de abril de 2015.

<https://www.youtube.com/watch?v=UMadTKypsbo>

FRECUENCIA LATINA. 2015. La noche es mía. Lima. Emisión: 30 de julio de 2015 Consulta: 11 de agosto febrero de 2015.

<https://www.youtube.com/watch?v=NIIdSBVYCRy0>

FRECUENCIA LATINA. 2015. La noche es mía. Lima. Emisión: 31 de julio de 2015 Consulta: 11 de febrero de 2014. <https://www.youtube.com/watch?v=n5pIw1POK8M>

<https://www.youtube.com/watch?v=zqxYQYOA-8o>

FRECUENCIA LATINA. 2015. La noche es mía. La metamorfosis de Milet. Lima. Emisión: 21 de agosto de 2014 Consulta: 10 de abril de 2015.

<https://www.youtube.com/watch?v=kBQiHqvZNOo>

FRECUENCIA LATINA. 2015. La noche es mía. Lima. Emisión: del 11 de septiembre de 2015. Consulta: 20 de septiembre de 2015.

<https://www.youtube.com/watch?v=S-5165ZC4Y>

FRECUENCIA LATINA. 2015. Amor Amor Amor. Lima. Emisión: del 16 de septiembre de 2015. Consulta: 20 de octubre de 2015.

<https://www.youtube.com/watch?v=cUxNtFL4Lg8>

FRECUENCIA LATINA. 2015. Espectáculos: Michelle Soifer: ¿la nueva diva de la televisión peruana? Lima. Emisión: del 04 de septiembre de 2015. Consulta: 20 de septiembre de 2015.

<https://www.youtube.com/watch?v=f0EwdJMtQXI>

OtroNivelTV. Supuesta discriminación en *Esto es guerra* - parte 2. Publicado el 11 enero 2015. https://www.youtube.com/watch?v=1kbZs_QZppE

OtroNivelTV. Supuesta discriminación en *Esto es guerra* - parte 1. Publicado el 12 enero 2015. <https://www.youtube.com/watch?v=EMJq0ZUuVOo>

¿Racismo o Publicidad engañosa detrás de la convocatoria de Esto Es Guerra Teens? Mot. Consulta: el 19 de noviembre de 2015. <https://mott.pe/noticias/racismo-o-publicidad-enganosa-detras-de-la-convocatoria-de-esto-es-guerra-teens/>

Niño entrena duro para estar en esto es guerra teens. Consulta: el 19 de noviembre de 2015. <https://www.youtube.com/watch?v=rGAKlwwnUHI>

Diarios

Perú21

2015 TVbasura: Así fue la marcha contra la televisión basura. Viernes 27 de febrero del 2015. Consulta: el 15 de mayo de 2015. <http://peru21.pe/actualidad/tvbasura-asi-fue-1ra-marcha-contra-television-basura-fotos-2213136>

("#TVbasura: Así fue la marcha contra la televisión basura [Fotos]", 2015).

Raiting

Kantar IBOPE Media | Perú

Índices de sintonía de audiencia, solicitados a la empresa el 10 de agosto de 2016