

Ideales y anti-ideales de sexualidad femenina en escenas de consejería sexual en una serie de ficción televisiva¹

Tania Rodríguez Salazar
Zeyda Rodríguez Morales

*Introducción*²

Las sexualidades humanas constituyen objetos dotados de sentido a través de múltiples sistemas de significados que circulan en diversas escalas y dispositivos. En las sociedades contemporáneas los sistemas de significados en torno a este tema se manifiestan de modo recurrente en formas mediáticas. Las revistas femeninas, las telenovelas y las series de ficción, el cine, las historietas, la literatura de autoayuda, la internet, entre otros productos mediáticos, abordan de manera privilegiada asuntos sexuales.³

¹ Para la realización de este capítulo contamos con la colaboración de Ileana Pérez quien nos proporcionó su base de datos de los principales temas y conflictos presentes en cada uno de los capítulos de la serie *Las Aparicio*, así como de un equipo de asistentes de investigación, Nimsi Arroyo, Paulina Reynaga, Marcela Gómez y Linet Rodríguez que asumieron la tarea de revisión pormenorizada de los capítulos de consejería sexual; realizaron una sinopsis de cada uno y apoyaron con la captura de imágenes de pantalla. Agradecemos mucho su colaboración y su entusiasmo con este proyecto.

² Una parte de este trabajo fue presentada por Tania Rodríguez en el 4to Congreso Nacional de Ciencias Sociales, celebrado del 23 al 29 de marzo en San Cristóbal de las Casas, Chiapas, México.

³ Algunos trabajos que exploran estas dimensiones son: Rodríguez y El Jai (2010); Rodríguez y Pérez (2014); Peredo y Rodríguez (2014); Pérez (2013) y el libro coordinado por Corona y De la Peza (2007).

La cultura popular, en especial la que tiene un carácter narrativo, juega un papel importante en proveer marcos de referencia tanto para la elaboración cognitiva de la experiencia y el mundo, como para la evaluación de lo que es deseable y valioso. En la época contemporánea, la televisión en conjunto con otros medios de comunicación (el cine, la prensa, el ciberespacio) ocupa un lugar central en la producción y circulación de significados sociales, de modo que sus contenidos se vuelven referentes para vivir la vida propia, incluida la sexualidad. Las narraciones mediáticas otorgan visibilidad, contribuyen a la normalización de ideas y prácticas en diversos ámbitos de la vida cotidiana. En este sentido es que podemos afirmar que cumplen funciones educativas informales a través de las historias, los personajes, sus acciones, y consecuencias. Los personajes dentro de las narrativas de ficción televisiva se construyen emulando actos, interacciones, conflictos, dilemas, soluciones de la vida cotidiana, aunque con frecuencia sean muy poco realistas o inverosímiles. Esto es particularmente recurrente en las telenovelas o en las series de ficción cuyo efecto en los televidentes es vivir emociones; como dice Rincón en pocas palabras: «la televisión es cultura emocional, reflexión sentimental, juego de pasiones para encantar el tedio de la vida» (2006: 187).

En este capítulo se reportan algunos hallazgos sobre cómo la televisión, y en particular las series de ficción, están creando nuevos parámetros para el ejercicio sexual femenino. Las series de televisión «moderna» o «alternativa», parecen seguir los pasos de las revistas de la prensa popular en sus abordajes de la sexualidad femenina, de manera que contribuyen a la creación de ideales y nuevos estereotipos en dicho ámbito.

La evidencia empírica proviene del análisis de una selección de segmentos narrativos de la teleserie *Las Aparicio*, producida por Argos Televisión (2010), en los que Alma (interpretada por la actriz Gabriela de la Garza y construida por productores y guionistas como una mujer experta en sexo) identifica, reflexiona e interviene sobre los problemas sexuales de mujeres que solicitan los servicios de su em-

presa (escorts, talleres, o asesorías psicológicas y técnicas). Esta serie con trama de telenovela se inscribe en los formatos contemporáneos marcados por pretensiones de realismo. Se analizan algunas escenas y diálogos que dan cuenta de la representación de los problemas sexuales de las mujeres en la ficción televisiva mexicana bajo nuevos estándares ideales de sexualidad femenina. Los datos técnicos de la serie son los siguientes:

Tabla 1

Las Aparicio. México, 2010 (ficha técnica)

Año de producción	2010
Número de capítulos	120
Duración de capítulos:	90 min
Inicio-final	19/abril/2010 al 15/octubre/2010 (por Cadena Tres)
Autoras	Leticia López Margalli y Verónica Bellver
Productora	Argos Televisión
Productores	Carlos Payán y Epigmenio Ibarra
Transmisión	Cadena Tres, Telemundo, Netflix (<i>streaming</i>)

El texto está organizado en una primera sección que argumenta sobre la importancia de las narrativas como vehículos de configuración y circulación de conocimientos culturales tanto en la vida cotidiana como en la ficción, y en particular, en las series televisivas como la que aquí nos ocupa. Ahí mismo exponemos los conceptos de ideales y anti-ideales como estructuras de sentido fundamentales para la cultura de comunidades y grupos, así como para la circulación de mensajes mediáticos. En la segunda sección describimos algunos aspectos metodológicos del análisis. La tercera sección se ocupa de reportar los resultados del análisis de segmentos narrativos seleccionados, enfatizando los diálogos y las vivencias de los personajes en el marco de relaciones de mentoría o asesoría sexual. Se pretende identificar por qué sufren las mujeres que acuden a estos servicios y qué revelan los casos atendidos por la consejera sexual.

Narraciones y cultura: ideales y anti-ideales

Las narrativas son importantes porque son la base misma de la vida social y del pensamiento ordinario o de sentido común. Las narraciones posibilitan las relaciones humanas complejas en la medida en que nos habilitan para informar y actuar simultáneamente sobre los demás (Bruner, 1988; Carrithers, 1995). Por medio de narraciones producimos sentido en torno a las formas de acción humanas. Las estructuras narrativas juegan un papel en cómo comprendemos acciones, evaluamos su carácter moral y proyectamos posibles soluciones a situaciones morales problemáticas. Las narrativas no son sólo un dispositivo de explicación, sino constituyen el modo en que experimentamos las cosas (Johnson, 1997: 11). De manera narrativa, por ejemplo, se establecen ideales, aprendemos a pensar y a decidir, proyectamos acciones y pronosticamos situaciones, explicamos acciones y estados de vida, entre muchas cosas más.

Las narraciones de ficción a través de sus personajes, saberes y acciones, contribuyen a la difusión de conocimientos culturales tanto como las historias que construimos y escuchamos en la vida cotidiana con respecto a personas reales. Las narraciones mediáticas tienen un poder de difusión mayor al de las historias cotidianas. Por su alcance geográfico y de audiencia, los relatos mediáticos se convierten en agentes privilegiados en la circulación de conocimientos socioculturales sobre temas relevantes, como el que aquí nos interesa, la sexualidad femenina. Sobra decir que este ámbito de acción y saber es un tema sensible no sólo porque remite a experiencias ampliamente compartidas, dotadas de un significado especial para la organización de la vida personal, sino también porque es un ámbito repleto de prohibiciones y prescripciones que se han transformado a lo largo de la historia y continúan cambiando en la época contemporánea.

Con respecto a la televisión que es el medio que retomamos en este capítulo, Orozco (1994: 9) ha argumentado que los productos televisivos proponen significados y sentidos, propagan información, contribuyen a la legitimación de discursos y prácticas, incluyen y excluyen acontecimientos y grupos sociales, motivan posiciones, dise-

minan opiniones y constituyen tanto una fuente de aprendizaje como de polémicas y juicios públicos.⁴ Podemos decir que los contenidos televisivos ficcionales otorgan visibilidad, contribuyen a la normalización de ideas y prácticas en diversos ámbitos de la vida cotidiana. Esta circulación de significados no es menos importante que aquella que fluye por otros productos mediáticos como los noticieros.

Asumimos con Coulomb-Gully (2012) que la ficción televisiva contribuye del mismo modo que los programas de noticias, en la construcción de asuntos públicos. Las culturas mediáticas serían lugares de expresión de dinámicas y tensiones sociales, de modo que los debates del espacio público tendrán una doble traducción, en las arenas de la información y a través de formas ficcionales. Asimismo, estas culturas mediáticas serían productoras y socializadoras de tendencias estéticas que constituyen, siguiendo a Rincón (2006: 23-24) «modos del gusto y del sentir que conforman el *momentum* simbólico más generalizado de la actualidad social». En este sentido, la serie analizada en este trabajo puede ser considerada como una expresión estética que contribuye a la creación de «una experiencia mediadora de comprensión/explicación y percepción/representación sobre los procesos y las obras llamadas creativas». Y yendo un poco más lejos, dicha experiencia otorgaría la posibilidad a sus consumidores de «vivir otros mundos posibles (...)» (*ibid.*: 27).

Los ideales y anti-ideales como conocimientos culturales

De acuerdo con Lakoff (1990) una gran parte de nuestro conocimiento cultural está organizada justamente en términos de ideales, anti-ideales y estereotipos sociales entre otros modelos metonímicos. La televisión y sus productos de ficción entretienen, informan y educan porque ponen en circulación estas clases de saberes culturales para construir personajes e historias. No obstante, en lo que se expondrá enseguida solamente atenderemos la configuración de ideales y anti-ideales.

⁴ Una revisión contemporánea sobre la televisión y sus audiencias, se encuentra en Orozco (2012).

Los ideales que configura la televisión y otros medios de comunicación, como aquellos que configuramos en comunidades y culturas locales, son importantes porque establecen qué tipo de experiencias merecen nuestra aprobación, remiten a concepciones sobre lo perfecto, configuran pautas que regulan lo pensable, lo decible y lo actuable, y tienen un origen sociocultural. Los anti-ideales, por su parte, definen un estándar negativo y establecen pautas para justificar aversiones, críticas, y rechazo, o incluso, ocultamientos y negaciones en la vida cotidiana. Los valores, actitudes y comportamientos contrarios o en oposición a los estipulados por los ideales constituyen motivos de preocupación, queja, reclamo o peligro. Los ideales y los anti-ideales se usan para razonar moralmente. Como lo plantea Lakoff (1990), los ideales se usan para evaluar las desviaciones o variaciones del mismo, haciendo distinciones entre lo que está más cerca y lo que está más lejos del prototipo ideal.

Los mensajes sexuales en los productos mediáticos

Como se dijo antes, la televisión al igual que otros productos culturales, se ha abierto a la incorporación de contenidos sexuales en su programación diaria. Los melodramas mexicanos se han caracterizado tradicionalmente por sus tendencias a representar la sexualidad de modos velados y con asociaciones negativas, vinculando el erotismo y la sensualidad con la maldad y la perversión (Mazziotti, 2006; Orozco, 2006). No obstante, el tratamiento de asuntos sexuales está cambiando de modo que podemos encontrar en la ficción mexicana escenas más explícitas de sexo, idealizaciones del sexo con amor y con parejas legítimas, hasta cambios más drásticos que siguen las rutas trazadas por series exitosas producidas en otros países, como *Sex and the city* (1998-2004). Esta serie logró imágenes nuevas sobre la sexualidad femenina, aunque también incurrió en estereotipos (Cascajosa y Fernández, 2008; Kim, 2001; Lorie, 2011), e inauguró formas de visibilidad de la sexualidad femenina centradas en el placer, enmarcadas en discursos feministas y posfeministas usados mercadotécnicamente (Munshi, 2008; Chicharro, 2013). Sin embargo, esta representación

del derecho femenino al deseo, al placer, a gestionar activamente sus encuentros sexuales, se enmarcó bajo las restricciones del glamour, los ambientes de lujo, las cenas románticas y los cuerpos esbeltos (McRobbie, 2004; Chicharro, 2013). De modo que la mujer construida como sujeto activo sexualmente se restringe en estos casos a la mujer bella, joven y delgada (Gill, 2012).

Por otra parte, estas formas de mostrar la sexualidad femenina en las series de ficción se inserta en campos de representaciones sobre las diversas aristas de la sexualidad que circulan en otros productos mediáticos. Wright (2009) hace una revisión y balance de diversos estudios desde los años ochenta hasta la actualidad para identificar los principales mensajes de socialización sexual que ocurren en los productos mediáticos populares (como las *soap operas* y las revistas femeninas), encontrando algunas tendencias que se reproducen a continuación: a) en las historias para adolescentes se privilegian imágenes de un sexo libre de riesgos, recreacional y que caracteriza los roles sexuales femeninos y masculinos, así como sus preferencias de modos estereotípicos; b) cuando se representa a las mujeres empleando estrategias sexuales activas, terminan con el avance de la historia reducidas a un guión heterosexual; c) en su mayoría se representa el sexo entre personas no casadas, o entre alguien casado con alguien no casado; d) son raras las representaciones del sexo con extraños o del sexo ocasional; e) que el sexo de las parejas casadas se muestra como más satisfactorio que el de las parejas no casadas; f) que se suele representar a las mujeres emulando comportamientos típicamente masculinos cuando gestionan activamente un encuentro sexual; g) que sólo excepcionalmente se incorpora la planeación sexual, el riesgo y la responsabilidad en sus guiones narrativos; h) que se representa a los hombres enloquecidos por el sexo, incapaces de auto-controlarse, en aras de instar a las mujeres a desarrollar sus habilidades sexuales; i) que suelen estar ausentes los comportamientos sexuales entre personas del mismo sexo, casi nunca mencionados en las revistas femeninas, pero cuando se refieren a estas inclinaciones las definen como «curiosidad

heterosexual» más que como homosexualidad. Y j) que para prevenir la infidelidad, las mujeres son motivadas para innovar en maniobras y trucos sexuales que les garanticen que sus parejas no se sientan atraídos por otras mujeres.

Las Aparicio, el personaje de Alma y los casos de mujeres con problemas sexuales: apuntes metodológicos

Las Aparicio, como otras producciones de Argos Televisión, tiene un estilo y formato distinto a la tradicional telenovela mexicana. Esta serie se pronuncia abiertamente sobre cuestiones sexuales, reclama la atención sobre la sexualidad femenina y sus vicisitudes cotidianas. Es novedosa toda vez que renuncia a representar a la mujer como pasiva sexualmente, y la sitúa en roles activos y directivos, aunque como hemos observado en otros estudios, termina asumiendo actitudes y comportamientos que le restan libertad y que la regresan a un rol tradicional (Pérez, 2013). Las frases promocionales de la serie muestran con claridad que la apuesta de la producción es alternativa con respecto a los dramas clásicos de las telenovelas pues la declaran «La serie más atrevida de la TV mexicana» y evocan concepciones de género no tradicionales: «Una mujer entera no necesita media naranja», «*Las Aparicio* son una familia de mujeres donde extrañamente los hombres no se dan»; «Las mujeres dejaron el papel de cenicienta para convertirse en guerreras». Estas frases por sí mismas muestran un intento por combatir el machismo y remiten a un feminismo popular que quiere empoderar a las mujeres al asignarles un rol activo en la gestión de su sexualidad y mostrar su independencia de los hombres.

Las protagonistas son mujeres «solteras» por diversas circunstancias (viudez o juventud) que han descubierto en esta condición que sus hombres del pasado no eran como creían y eso les ha abierto nuevas oportunidades de vida laboral, afectiva y sexual. A través de sus personajes protagónicos y secundarios, se representan diversas facetas de la vida y la sexualidad femenina.

La teleserie incorpora en su trama servicios sexuales para mujeres, asesorías frente a diversos problemas sexuales, una relación lésbica,

la exploración de los tríos y el poliamor, el placer y el orgasmo, la ausencia de sexo, la masturbación femenina, el desempeño sexual, la iniciación sexual de las jóvenes, entre muchos otros. El modelo ideal de sexualidad femenina en *Las Aparicio* está construido a partir del personaje de Alma, la hermana mayor. Representa a una mujer viuda, madre de una hija joven (18 años), bella, elegante, con alto nivel de estudios e independiente económicamente que después de que enviuda tiene sexo libremente, lo gestiona de manera activa aun con desconocidos, maneja tácticas de seducción y placer propio, «aconseja» a otras mujeres sobre su sexualidad en talleres y terapias, y es dueña de una empresa denominada El Atelier, una galería de arte que «esconde» también un negocio de escorts para que las mujeres «descubran el placer» y se «reconcilien» con su sexualidad (Rodríguez, 2014).

Esta teleserie también destaca por configurar posiciones sobre los problemas sexuales que pudieran tener las mujeres, tratando de identificarlos y caracterizarlos como parte de la historia de diversos personajes secundarios y configurando sus posibles soluciones. En *Las Aparicio* las diversas formas de ejercicio sexual femenino que no se ajustan a los ideales de buen sexo, representados en el personaje de Alma, constituyen problemas a resolver. Estos problemas se configuran como de índole personal, pero también se enmarcan en una cultura patriarcal que los genera y los mantiene. Con frecuencia, dicho personaje emite sentencias de corte feminista que tratan de restituir la equidad en la vida sexual. En casi todos los casos, la solución supone que quienes padecen el problema se den cuenta de que lo están viviendo y cambien los comportamientos que les producen daño o les impiden tener buen sexo. La configuración ficcional de los casos de personas (principalmente mujeres) con problemas sexuales contribuye a identificar y legitimar ciertos motivos de preocupación y a establecer como indeseables determinadas condiciones de ejercicio de la sexualidad femenina (por ejemplo, la rutina, la infidelidad, la ausencia de deseo o de orgasmos, entre otras).

Las mujeres generalmente acuden a los talleres que se ofrecen en El Atelier buscando «algo» que resolver en torno a su sexualidad. En

ese marco buscan «ayuda profesional» y Alma se encarga de diseñar una solución involucrando a su equipo de escorts. Los casos atendidos se usan para representar distintos problemas sexuales de las mujeres, apelando a ideales en sus consejos y sobre todo confeccionando anti-ideales de ejercicio sexual femenino. Cada uno de los casos atendidos representa un ejercicio sexual que puede y debe ser mejorado y que fomenta el reconocimiento de formas que se suponen mejores o superiores.

Como hemos señalado antes, la serie tiende a construir la sexualidad femenina a partir de imperativos físicos (exigencias de estar a la moda y ser bella), mentales (requerimientos de apertura y disposición al sexo casi permanente o de valorar la sexualidad como un ámbito prioritario de realización personal), y técnicos (exigencia de dominio de técnicas de estimulación propia y ajena, aprender juegos, posiciones sexuales, de expresión magnificada del placer en detrimento de la espontaneidad en el encuentro sexual) (Rodríguez y Pérez, 2014).

Esta perspectiva sobre la sexualidad femenina manifiesta muy concretamente lo que Michel Foucault llamaba las «artes de la existencia» o las «técnicas de sí». Las «artes de la existencia» son entendidas como «...las prácticas sensatas y voluntarias por las que los hombres no sólo se fijan reglas de conducta, sino que buscan transformarse a sí mismos, modificarse en su ser singular y hacer de su vida una obra que presenta ciertos valores estéticos y responde a ciertos criterios de estilo» (1986: 13-14). En esta serie las mujeres aparecen como sujetos activos, que gestionan su vida de manera más o menos autónoma y en forma reflexiva. Una muestra de esto son las frases que dirige la madre de las hermanas, el personaje de Rafaela, a la menor de ellas, Julia: «Si no eres feliz haz algo al respecto» y «La felicidad es mi propia responsabilidad» (*Las Aparicio*, capítulo 42). Este planteamiento llevado al extremo es el que sustentan las producciones culturales inscritas bajo la etiqueta de la autoayuda, en las que el sujeto, en este caso, las mujeres, son las responsables de principio a fin, de su bienestar y felicidad, y como se verá en las siguientes líneas, de su desempeño y placer sexual.

Es claro que una parte de la trama de la serie responde a esta tradición benefactora del sí-mismo, al menos en lo que se refiere a la consejería sexual, pues se ajusta al formato que siguen los textos de literatura dentro de este género. Siguiendo a Papalini (2006-2007) en su descripción de tales textos, dicha estructura estipula que se inicia con la presentación de un problema, en este caso, de tipo sexual, padecido por una mujer que acude al negocio de Alma. Aunque las clientas vivan su problema de forma singular y única (en la mayoría de los casos, secreta), la experta aborda el problema como una afección tipificada compartida por muchas personas más, y realiza un diagnóstico al cual le sigue la descripción de soluciones en forma de recetas, cuyo seguimiento involucra a sus escorts. Esta prescripción contiene una historia moralizante contenida en un discurso que justifica su eficacia, muy comúnmente basado en evidencia de tipo científico, psicológico o derivado de la sexología, lo cual le confirma su rol de experta y voz autorizada en torno a estos problemas.

Esta forma de tratamiento de la problemática sexual femenina toca a su vez un aspecto relevante en cuanto a la definición de identidades en tiempos de incertidumbre moral. Al estipular recetas que auguran la solución deseada, dice Giddens, «los seriales mezclan lo predecible y lo contingente mediante fórmulas que, al ser bien conocidas por los oyentes, provocan un ligero trastorno pero al mismo tiempo dan seguridad. Ofrecen una combinación de contingencia, reflexividad y destino. Lo que importa es más la forma que el contenido; en estas historias se tiene la sensación de un control sobre las circunstancias de la vida...» (1997: 252).

El corpus y la estrategia de análisis

El análisis de las representaciones socioculturales de la sexualidad (en la modalidad de ideales y anti-ideales) se realizará a partir de un análisis de contenido cualitativo de la trama, enfocado en las situaciones de mentoría sexual que ocurren entre el personaje de Alma y las mujeres y hombres que acuden a buscar sus servicios de enseñanza y asesoría sexual, así como de prostitución masculina. Entendemos

esta estrategia desde la perspectiva de Bardin, quien afirma que, «el análisis de contenido se preocupa por el tipo de estructuración al que son sometidos los datos de referencia en la elaboración de un relato con sentido. Estas técnicas catalogan, miden y descubren el procedimiento mediante el cual en cada relato comunicativo se relacionan dichos objetos de referencia con las normas y valores vigentes en cada momento de la historia y en el seno de cada cultura, explicando con una base empírica, cómo se consolidan los estereotipos y los mitos que subyacen a los relatos producidos en una sociedad» (1996: 6). Se trata en un sentido amplio, de des-adherirse del contenido de los episodios y lograr vislumbrar lo que se encuentra oculto dentro de ellos.

Las unidades de análisis serán segmentos narrativos seleccionados de manera intencional en los que Alma aconseja, asesora o enseña sus posiciones a otras mujeres con respecto a la sexualidad directamente, a manera de sentencias dirigidas a un otro que ocupa la posición de aprendiz. Se trata de escenas que cumplen una función pedagógica en la propia historia, que tienen un fuerte sentido aleccionador, pues tienen el objetivo de solucionar problemas de la vida sexual de las mujeres que Alma atiende como parte de su labor profesional y empresarial.

De acuerdo con Buzzanell y D'Enbeau (2013) en una relación de mentoría uno ocupa la posición de experto y el otro de aprendiz (maestro-alumno, viejo-joven, padres-hijos, expertos-legos, etc.), se comparten conocimientos y experiencias, y se presume que resultarán consecuencias positivas para las partes involucradas. En particular, la mentoría erótica se refiere a las relaciones personales desarrolladas entre hombres y mujeres donde unos intentan moldear a los otros para que encajen con sus propios ideales, siendo el prototipo de mentoría aquel en el que los hombres intentan moldear a las mujeres para que encajen con sus ideales masculinos.

En *Las Aparicio* observamos justamente una mentoría erótica en la que la experticia sexual la tiene una mujer que pretende que los hombres —que son sus empleados, sus parejas, o sus clientes—, encajen con nuevos ideales de sexualidad femenina, así como otras mu-

jeres que son sus hermanas, amigas o clientas. No obstante, en este capítulo solamente retomamos las escenas de consejería «profesional» (bajo las figuras de psicóloga o sexóloga) a mujeres o a hombres que le solicitaron ayuda dentro de la trama.

El corpus de análisis se compone de una muestra intencional de segmentos narrativos que giran alrededor de casos de mujeres u hombres que se asocian con alguna problemática en torno a su sexualidad y que recuperan escenas de consejería sexual profesional (tabla 2).

Tabla 2

Descripción de los casos de personajes con problemas sexuales que detonan acciones de consejería sexual en *Las Aparicio*, 2010

Casos	Descripción	Capítulos
Isabel	Una mujer casada que no tiene sexo con su marido y que es engañada constantemente.	Capítulos 1-5
Alicia	Una mujer que se considera fea y sufre porque su pareja la abandonó por una mujer más joven.	Capítulos 10-15
Yolanda	Una mujer muy diestra en el sexo que lo utiliza como herramienta para negociar bienes materiales (como consecuencia de abusos sexuales vividos en la infancia).	Capítulos 20-25
Sergio y Luz	Un hombre que sospecha que su mujer lo engaña y quiere saber cómo es su amante y en qué se distingue de él.	Capítulos 40-45

En estos segmentos el análisis se hizo sobre las acciones con contenido moral (sentirse orgulloso o feliz, acusar, alabar, criticar, chismear, indignarse, pedir perdón, quejarse, perdonar, castigar, principalmente) pero también sobre los saberes que ponen en juego de manera implícita o explícita los personajes (Buonnano, 2009). El supuesto de partida es que a través de los diálogos y de las expre-

siones emocionales, las personas como los personajes, dan cuenta de sus acciones; apelan a representaciones compartidas para ser mostrados por los guionistas y productores como agentes que actúan de manera justificada o acorde con las circunstancias, o en su caso, comenten errores que rectifican o que se sancionan socialmente. El habla y la argumentación cotidiana de los diálogos, así como las emociones de los personajes, pueden considerarse respuestas socioculturales que comunican con base en expectativas morales compartidas que no suelen ser explícitas del todo. Estos dos aspectos nos remitirán a los conocimientos socioculturales que usan los personajes para evaluar, justificar y explicar sus vivencias sexuales y las de otros. El objetivo del análisis está centrado en los significados que hace circular la historia, más que en su estética o construcción propiamente audiovisual.

La descripción de los problemas sexuales de las mujeres, así como de sus soluciones toman distintas formas: la pregunta, el cuestionamiento, la sentencia pedagógica, la explicación, el consejo, etc. En todos los casos, la argumentación del mentor hacia los que piden consejo, en este caso, de la experta Alma hacia las mujeres que requieren sus servicios, es moralizante, es decir, como dice Luckmann, «va de declaraciones descriptivas sobre valores morales –aquí y allá– y la narración de ejemplos explícitos de moral de conducta a formulaciones abstractas de principios éticos y de criterios (...) los métodos para moralizar podrían ser lingüísticos (...) Junto a éstos, o por sí solos, están los elementos paralingüísticos, miméticos o de gesticulación» (2000: 85).

De acuerdo con nuestro análisis en estas construcciones de problema-solución, se configuran ideales sexuales de modo afirmativo o negativo (a manera de anti-ideales) y la gran mayoría de ellos se expresan de manera directa, en voz de la experta autorizada, Alma.

Los consejos profesionales y servicios sexuales para mujeres

En diversos segmentos de los primeros capítulos de la serie (capítulos 1 al 5) se delinea el personaje de Alma como profesional de la asesoría sexual y como dueña de la empresa El Atelier, que además

de ser galería de arte o «centro cultural» en la planta baja, tiene una planta alta propicia para tener sexo (un estudio acondicionado para la intimidad). Los trabajadores del negocio oculto son hombres jóvenes, blancos, ejercitados, delgados, bien parecidos, que son denominados en los diálogos como «ejecutivos» o escorts (en el doble sentido de acompañantes sociales y/o servidores sexuales). Alma, como dueña de este negocio, se encarga de seleccionar y entrenar a sus trabajadores, probándolos en la intimidad de manera directa y mostrando detalles y exigencias del oficio (por ejemplo, que un escort no debe besar ni involucrarse emocionalmente con sus clientas).

El negocio de la protagonista está sujeto al juicio moral de otros. Alma y su hermana Mercedes (mujer abogada, bella, viuda, y con una ideología tradicional frente a la sexualidad femenina) debaten moralmente sobre el sexo. Se cuestionan si el sexo debe estar enmarcado dentro de relaciones amorosas, o si es legítimo practicar sexo mediado por el pago y el contrato de un servicio profesional. Cuando Mercedes descubre que Alma posee un negocio que brinda servicios sexuales a las mujeres, ambos personajes se enfrentan. Dentro de los argumentos planteados por Mercedes, un negocio en torno al sexo no es más que un giro negro, en donde se comete el delito de lenocinio, y en el que se destruyen las vidas de las mujeres y de sus matrimonios. Ante éstos Alma se defiende arguyendo que sus trabajadores tienen derechos laborales; que no provoca problemas matrimoniales, sino que los resuelve; que las mujeres tienen derecho al placer; que el conocimiento es un medio para superar los problemas sexuales, y que antes que cometer un delito ella es una agente del bien que reconstruye personas (este debate se encuentra en los capítulos 61, 62 y 63). Este enfrentamiento manifiesta nítidamente el eje en torno al cual se justifican moralmente los servicios de mentoría sexual y se legitima un conjunto de valores distinto al tradicional.

Una muestra de esta justificación moral aparece en un diálogo de Alma con Alejandro, un candidato a ser «ejecutivo» o «escort» de su empresa; Alma se define a sí misma «como una empresaria de lo humano, donde mi labor es encontrar las necesidades de los demás y

satisfacerlas» (*Las Aparicio*, capítulo 1). Con estos y otros nombres se evaden las referencias directas a la prostitución masculina, ya que estos servicios sexuales se tipifican como de «ayuda» para lograr que las mujeres experimenten una mejor vida sexual. Curiosamente a lo largo de estas escenas se toca sólo de manera superficial el asunto del pago por estos servicios.

En lo general podemos apreciar en la trama un intento por representar la diversidad de problemas que pueden tener las mujeres alrededor del sexo. Los casos que atiende Alma, como psicóloga y sexóloga, muestran que las mujeres tienen problemas en torno a cuestiones sexuales muy frecuentemente. Los mensajes de consejería que ella proporciona tratan de ser complejos, de respetar las circunstancias biográficas, con la idea de que el sexo por sí mismo no resuelve todo. Plantea, por ejemplo, que las mujeres necesitan sexo, pero que hay excepciones, hay mujeres que lo que necesitan es autoestima, interés, reconocimiento, valía concedida por un otro masculino (generalmente). También se puede observar que la sexualidad femenina libre se reconstruye a partir del rechazo de que la infidelidad, el papel activo, el sexo casual, las parejas múltiples, sean privilegios exclusivamente masculinos.

Enseguida presentamos lo que revelan los casos de las mujeres con problemas sexuales que aparecen en la historia y las soluciones e intervenciones ofrecidas por Alma.

*El sexo sin orgasmo, la pareja sin sexo y
el esposo infiel: el caso de Isabel*

Uno de los primeros casos que atiende Alma en su negocio de asesoría sexual y de escorts representa a una mujer a la que se le dificulta el orgasmo, tiene poco sexo con su pareja, tiene la fantasía de ser tratada como prostituta y además tiene un marido que le es infiel. En este fragmento narrativo el personaje de Alma intenta ayudar a su alumna Isabel, quien le confiesa que nunca ha tenido un orgasmo, recomendándole a uno de sus escorts. Cuando Alma alecciona a su escort, le advierte: «Para Isabel vas a ser el primer hombre en su

vida que la va a hacer sentir como un auténtico objeto de deseo» (*Las Aparicio*, capítulo 2).

No obstante esta recomendación práctica y directa se acompaña de diálogos que tratan de explicar por qué no puede tener orgasmos ni puede evitar las infidelidades de su esposo. Alma le explica a su clienta que el problema es que no consigue que su marido la cosifique como a las mujeres con las que se acuesta, pasándole de esta manera la culpa de no haber tenido nunca un orgasmo con el único hombre de su vida. En este fragmento se construye como algo deseable que las participantes aprecien positivamente su propia objetivación sexual a partir del supuesto de que las mujeres requieren ser seductoras, tener disposición al sexo, para tener un hombre a su lado (el hombre es un símbolo de riqueza, poder, y estatus femenino). Además, el escort le ayuda a cumplir la fantasía de ser tratada como una «puta» (bajo el supuesto de que las putas serían las mujeres más deseadas por los hombres y, en particular, por su marido) y le enseña cómo darse placer a sí misma, explorando su cuerpo y dejándose sentir.

La intervención «profesional» supuso algunos encuentros sexuales con Alejandro que le generarían buenos recuerdos sexuales y orgasmos, y una asesoría de Alma que le enseña a crear confianza y suspenso en la gestión de un encuentro íntimo. El mensaje en este primer caso indica que no sólo los hombres requieren servicios sexuales, sino también las mujeres, en especial, aquellas que no han tenido experiencias múltiples. En este sentido, la trama asume como ideal que las mujeres aprendan a ser deseadas, a conocer su cuerpo, a gestionar su placer; así como que sean decididas para cumplir fantasías sexuales y lograr la satisfacción sexual plena. Aquí se establece como ideal el sexo aprendido, autogestionado, dispuesto a la fantasía, y sobre todo, basado en técnicas de seducción y placer como veremos enseguida.

Cuando el personaje de Alma evalúa el desempeño de su «ejecutivo» en la intervención profesional, asevera «pues lo hiciste muy bien Alejandro; tanto que Isabel está convencida de que no puede llegar al orgasmo a menos que sea contigo». Y más adelante explica «Lo que pasa

es que ella no ha entendido que la satisfacción sexual es también su responsabilidad y mientras ella no se sienta un ser sensual entonces va a tener que estar dependiendo de la habilidad de un hombre para llegar al clímax y no necesariamente tiene que ser así». Alejandro, con sorpresa, le responde: «Es la primera vez que escucho a una mujer decir eso. A los hombres se nos enseña que la satisfacción sexual depende de nosotros, de nuestra técnica como amantes y sabes que eso es una presión terrible». A lo que Alma replica: «Además la técnica debe venir acompañada de otras cosas» (*Las Aparicio*, capítulo 3).

En este diálogo se asienta la idea de que el placer es de quien lo trabaja, sea hombre o sea mujer. El placer no depende de otro que lo propicie sino de una gestión propia. Ese traslado de la responsabilidad al sí mismo es aplaudido por el personaje masculino, quien hace notar que el centrar esa exigencia de otorgar satisfacción solamente en el hombre ha sido una carga demasiado grande. El mensaje sexual es que tal responsabilidad de la gestión del placer propio y ajeno es compartida.

El caso de Isabel continúa siendo una fuente de reflexión sobre el sexo de la mujer. En el capítulo 4, Alma e Isabel vuelven a conversar sobre su sexualidad cuestionando sus actitudes frente a su marido. En una nueva cita, Alma hace un balance sobre lo aprendido hasta el momento: «mira Isabel, aunque no lo creas, las citas con nuestros escorts también ayudan a mejorar la vida sexual con sus parejas» [...] «En este lugar aprendiste a ser una prostituta, una mujer que merece ser escuchada, y también una mujer que no necesita de un hombre para procurarse placer sexual, pero también puedes aprender muchas otras cosas. Ven, acompáñame». Le pide que se cubra los ojos, que se ponga una mascada para cubrirlos y le cuenta su «fantasía más secreta, esa fantasía que no te has contado ni a ti misma». Isabel replica lo excitante de ese encuentro con Alma, con su marido en el mismo lugar y casi con las mismas palabras con el resultado deseado: el marido seducido por Isabel y aprendiendo a gozar de un desempeño femenino activo.

Las «técnicas de seducción» que Alma mostró de modo muy práctico a Isabel para lograr que su clienta recuperara su matrimonio a

través del buen sexo (por ejemplo, vendar los ojos, acariciar suavemente, dirigir el encuentro sexual de manera activa) son después imitadas por Isabel con su marido en un encuentro íntimo en el mismo lugar, con la misma mascarada, con las mismas palabras, y aparentemente, con resultados muy favorables.

Estas escenas sugieren que hay comportamientos y palabras seductoras a las que implícitamente se les asigna un carácter universal y un carácter infalible. El ejercicio sexual femenino óptimo, desde el mensaje audiovisual, es que se requieren técnicas de seducción para gestionar el placer propio y el ajeno. El sexo ideal involucra el aprendizaje y uso de técnicas que se suponen sirven a todos y todas, en cualquier situación, y que no suelen fallar si se ejecutan bien en la gestión de la excitación y el placer sexual. El dominio de estas técnicas es un requerimiento para seducir a otro y alcanzar mejores resultados. Este ideal configura –por oposición– como anti-ideal una sexualidad espontánea, libre de cálculo, abierta al momento y a la experiencia de dejarse llevar.

El sexo sin belleza, el rechazo y el abandono: el caso de Alicia

En los medios de comunicación es recurrente la asociación entre belleza y buen sexo. Para Gill (2012) si observamos las representaciones mediáticas es claro que sólo un tipo de mujeres están siendo construidas como sujetos activos de deseo sexual. Se trata de la mujer joven, delgada y bella, por lo que la tipificación del buen sexo se acompaña de diversas ansiedades físicas y psicológicas para conservar el peso, la belleza, la juventud. Esta asociación trata de ser revertida en la trama de *Las Aparicio* a partir de Alicia que se configura como el caso de una mujer «poco atractiva» e «inteligente» que desea «comprar sexo», así como «dar celos» a su expareja quien la dejó por alguien «veinte años más joven». El caso se enmarca en una primera exposición de Alma sobre el deseo constante de las mujeres de ser bellas, así como de las ansiedades que esto genera sobre sus cuerpos y de las «torturas» que son capaces de aceptar a cambio de alguna mejora física. También se enmarca en una supuesta rivalidad entre las mujeres

feas y las bonitas. La caracterización del personaje de Alicia, la mujer fea abandonada por su marido a causa de otra mujer más joven, es la de una mujer con el cabello recogido, sin maquillaje y con sobrepeso, que además tiene la característica de ser inteligente y exitosa laboralmente (como editora de cine). El primer intento de ayuda orquestado por Alma es propiciar un encuentro casual con uno de sus escorts para elevar la autoestima de su clienta. Sin embargo, el plan fracasa porque la clienta intuye que detrás del flirteo del personaje de Tomás, el escort, está alguien pagándole.

A pesar de que en la construcción del caso se deslegitima la «obsesión de las mujeres por la belleza» identificándolo como algo que sólo beneficia a los hombres, gran parte de la intervención «profesional» va encaminada a que la clienta deje de sentirse fea. A lo largo de la configuración del caso (a partir del capítulo 9) se insiste en que se trata de una mujer «inteligente» y que se siente o es fea (después de ser abandonada por su pareja por una mujer más joven); que sabe que las mujeres bonitas «pueden conseguir hombres fácilmente» y que los hombres prefieren mujeres «no tan inteligentes». Esta supuesta incompatibilidad entre la belleza y la inteligencia se expresa claramente en este pronunciamiento de Alicia (en diálogo con Alma):

Ok, soy inteligente pero también soy mujer, ¿qué hago? ¿Me tengo que resignar a pasármela toda la vida sin tener nunca más sexo o terminar mis días sola? porque por mucha inteligencia y reconocimiento o talento en lo laboral, yo creo que también merezco tener un poco de amor, ¿no? (*Las Aparicio*, capítulo 9).

En este mensaje también se establece que el amor y el sexo deben ser una prioridad en la vida de las mujeres. De este modo se asienta que la falta de amor y sexo no se suple con otros logros, por lo que las mujeres deberán invertir tiempo, esfuerzo, anhelos en asuntos amorosos y sexuales sin importar su éxito en otros ámbitos.

El caso es atendido por la «experta» en sexualidad a partir de otras intervenciones. Una en la que Alma le da gusto a su clienta y propicia

que Mauro, uno de los escorts, llegue a un bar para acompañar a Alicia de modo que Guillermo, su expareja, y su nueva novia la vean en compañía de alguien «guapo». En la gestión de ese encuentro, el personaje de Alma le suelta el cabello a Alicia, le quita la chamarra, dejando ver una blusa de tirantes, le entrega una labial rojo que la clienta usa. De este modo se envía el mensaje de que todas las mujeres pueden ser atractivas y seductoras si invierten tiempo en lograrlo. Con esta intervención la clienta logra desquitarse de su expareja, mostrándole que pudo conseguir un hombre guapo. Sin embargo, el siguiente desquite proviene de lo logrado con el personaje de Alejandro, otro de los escorts, con quien tiene una noche de sexo que descubre su expareja cuando nota la ropa de otro hombre en su casa, y enseguida ve a Alejandro (el escort) cubierto sólo con una toalla. Esto basta para que Alicia vuelva a sonreír y a sentirse satisfecha. Cuando evalúan los resultados de estos servicios sexuales, la clienta Alicia hace su balance:

Yo quería hacerlo sentir tan mal a él como él me hizo sentir mal a mí, ¿ves? Y terminé sintiéndome yo mal. Soy un desastre de plano. Bonita por dentro y por fuera, si lo fuera ¿de qué me serviría? De todas maneras mi novio se fue con una niña caprichosa y mal intencionada.

En dicho balance la clienta descubre lo doloroso que ha sido sentirse rechazada «desde que iba a la primaria» y se cuestiona llorando «¿qué tengo yo de malo?, ¿qué hay de malo en mí?» Para atender este sentimiento de fealdad creado a partir de múltiples rechazos masculinos, Alma propicia una reunión con su clienta y sus tres escorts (Mauro, Tomás y Alejandro) en la que los tres hombres le reconocen cualidades físicas como una «bonita sonrisa» o un «buen trase-ro» a manera de consuelo. Esta escena parece querer asentar que no hay mujer totalmente fea, que algunas partes del cuerpo o el rostro pueden ser reconocidas por los hombres, aunque no sean las mujeres bellas que se supone tienen un gran éxito con los hombres. La resolución del caso se da cuando ella logra interesar sexualmente a uno de

los escorts sin la mediación de una instrucción de Alma, con quien se besa y hace el amor.

El caso de Alicia pone en juego muchos ideales y estereotipos asociados al sexo y a la capacidad de seducción de las mujeres. Aquí se asienta la idea de que las mujeres, sin importar cómo sean físicamente, pueden lograr ser atractivas a los hombres si se arreglan convenientemente, se maquillan, y se empeñan en destacar sus atributos con la elección de su vestimenta. A pesar de que la configuración del caso intenta contraponer el estereotipo de que sólo las mujeres bellas pueden tener buen sexo, no lo logra. Una buena parte de los servicios ofrecidos contempló el hacerla sentir bella «artificialmente», aunque sea por uno que otro de sus atributos, además que se dio prioridad al criterio masculino. No se cuestionaron los criterios para juzgar la belleza femenina, sino que se estableció como ideal que la mujer atienda su físico como un medio para garantizar ser atractiva a los hombres, al mismo tiempo, que se determina que la cualidad de la inteligencia es insuficiente en ese afán (sino es incluso un aspecto desfavorable). La madurez, la edad, el sobrepeso, el desarreglo personal, y la inteligencia son categorizadas como condiciones antideales para el amor y el sexo.

*El sexo utilitario, entre el buen sexo y
las carencias afectivas: el caso de Yolanda*

Otro de los casos atendidos por Alma abre la posibilidad de que las mujeres usen el sexo libre como una máscara que esconde otras carencias. El caso de Yolanda se presenta dentro de la trama como un caso intrigante, pues la mujer que requiere ayuda no manifiesta tener problemas con el ejercicio de su sexualidad. Inicialmente se muestra como una mujer cuya vida es perfecta: tiene un marido con quien tiene sexo con frecuencia, lo disfruta y a quien seduce para lograr recompensas económicas. Además el personaje se muestra interesado en mejorar su vida sexual constantemente (lee sobre el sexo y se interesa en ir al taller de Alma al considerarlo el «apostolado de la liberación sexual femenina»). Los conflictos con este personaje comienzan a mostrarse con escenas en las que su marido le reclama con maltrato y

desacreditación («imbécil» e «inútil») por gastos excesivos de su tarjeta de crédito. Para dirimir el conflicto, Yolanda comienza a besarlo y a seducirlo sexualmente de forma activa. La voz en *off* del personaje de la nana Aurelia habla sobre las «máscaras»: «Algunos usan las máscaras para no ser vistos, y hay quienes las usan para no ver la desagradable realidad».⁵

En una conversación posterior a una de las clases del taller, los personajes de Alma y Yolanda comentan:

Yolanda: [...] de la última clase, me quedé como muy conmovida con algo que dijiste. Era algo así como «es más fácil abrir las piernas que el corazón» [...]

Alma: Bueno es que el sexo puede ser una navaja de doble filo. Por un lado puede ser algo por lo que te pierdas, que te vuelvas loca. Y por otro lado puede ser algo con lo que te evadas de la realidad.

Yolanda: (pensativa) Para mí el sexo es un lugar que conozco muy bien, pero que no siempre encuentro lo que busco. Me sirve, pero a veces...

Alma (la interrumpe): A veces te gustaría cerrar las piernas y el corazón al mismo tiempo.

Yolanda: Sí, eso.

En este diálogo podemos identificar una representación del sexo como algo ligado a los afectos de manera intrínseca. El sexo se conceptualiza de modo ambivalente, como algo que libera a la mujer («la hace perderse, volverse loca»), pero también como algo que genera sólo una fantasía de liberación. Tener sexo también se representa como un acto fácil frente a hacerse consciente de los sentimientos propios. Aquí se enarbola el ideal de que el mejor sexo es consecuencia de

⁵ Cada episodio de la serie comienza con unas palabras de la nana Aurelia, quien en voz en *off* define, en forma más o menos abstracta, el significado global que enmarca lo que ocurre a los personajes en el capítulo. Se trata de una voz/personaje que representa la sabiduría ganada por la experiencia.

afectos positivos, más que de recompensas o utilidades de otra índole. Lo que se opone a un sexo ligado a los afectos, es justamente el sexo utilitario. Ese es uno de los anti-ideales configurados por la serie.

Alma descubre una marca en la muñeca de Yolanda que la hace suponer que intentó suicidarse en el pasado. En el desarrollo de este caso, la intervención profesional se realiza en dos momentos y en ambos casos utiliza la participación del personaje Alejandro, uno de los escorts de su negocio. El primero consiste en propiciar un encuentro sexual entre Alejandro y Yolanda en El Atelier. En dicho encuentro Yolanda es representada como una mujer que dirige los movimientos y domina técnicas de seducción que involucran miradas, caricias, sonrisas, besos y acciones estereotípicas de la seducción como invitar una copa, vendar los ojos, poner contra la pared al amante. De esta intervención, ni Alma ni Alejandro identifican ninguna problemática en cuestiones sexuales. Contando su experiencia, Alejandro describe así lo sucedido:

Alejandro: Alma, Yolanda no tiene miedo. No tiene pudor como el resto de las clientas. Es como si el sexo fuera algo que ella viniera haciendo de toda la vida, se entrega de cuerpo completo. Pero cuando estaba a punto de estallar, cuando estaba a punto de entregarse por completo, se alejaba. Se alejaba invitándome a perseguirla, era como una negociación deliciosa en la que yo sentía que tenía que ganarme mi placer. Llegué a un punto de excitación que nunca había sentido. La excitación crecía y crecía y también mis ganas de anticiparme a cada movimiento, mis ganas de estar cerca de ella; era como una ola que iba y venía y te juro que hubo un momento en el que yo hubiera dado todo por poseerla.

En este diálogo se describe con detalle actitudes y comportamientos sexuales que son presentados como ideales, como dignos de emularse para tener un buen desempeño. Ellos muestran a una mujer desinhibida, decidida y estratégica en la gestión del deseo y la excitación ajena; las alabanzas masculinas son la recompensa, le recono-

cen habilidades y destrezas para obtener y dar placer. Por oposición, podríamos decir, que las actitudes y comportamientos sexuales que se distancian son los tímidos, inhibidos, dudosos y los espontáneos o poco técnicos.

La segunda intervención profesional consistió en que Alma instruye a Alejandro para que se resista a sus tácticas de seducción y más bien se comporte de modo autoritario y rudo con la clienta. El encuentro que tienen Alejandro y Yolanda sigue estas pautas y el primero retrasa los momentos de seducción, además que le solicita hacer cosas (poner la mesa, destapar la botella) y pone en duda que lo sepa hacer (le reclama por no poner las servilletas, por ejemplo). Cuando entran a la recámara, Alejandro simula un juego de seducción en el que recrea halagos y advertencias en situaciones de abuso sexual. Recreando una escena de abuso infantil, el personaje de Yolanda reacciona con gritos, pidiendo que la suelte, y ante el aumento de brusquedad del escort, clama «¡le voy a decir a mi mamá!» y comienza a llorar desconsoladamente. Ante esto, Alejandro termina su intervención, se sienta a su lado, pero Yolanda sale del cuarto y se esconde en un closet, abrazando sus rodillas y llorando. Aquí la intervención «profesional» parece rendir frutos. Yolanda descubre que como cuando era niña, se ha visto obligada muchas veces en su vida a conceder sexo a cambio de afecto y regalos. Así relata este episodio:

Yolanda: Mi tío Edgar, el hermano de mi mamá, era la única persona que me daba ánimos, que me compraba cosas, me llevaba de vacaciones, me hacía sentir persona. Pero el muy hijo de la chingada, el muy hijo de puta...

Alejandro: ¿Te pedía cosas a cambio?

El caso comienza a resolverse cuando por primera vez Yolanda le niega sexo a su marido, reconoce estar harta de los insultos de él, pero también de los que vivió con su propio padre y acepta el diagnóstico de Alma, quien le menciona que la relación que lleva con su marido es «tóxica», porque por un lado la llena de comodidades mientras que

por otro lado le hace daño. Le dice que es lo mismo que sufrió con su tío, quien le regalaba cosas a cambio de poder tocarla, mientras que su marido también le compra cosas y la castiga quitándoselas. La premia y la castiga, la premia y la castiga. Este diálogo culmina con una pregunta «¿tú crees que para merecer amor y atenciones, hay que soportar que te hagan daño?» Finalmente, como parte de lo aprendido con la intervención sexual y psicológica, la clienta hace una cita con un psicoanalista, pide el divorcio a su marido y se vislumbra montando un negocio.

Este caso se conecta en la trama directamente con una vivencia similar del personaje Alejandro, el escort, quien también evoca un pasado de abusos sexuales cuando era niño. Es curioso que en estos segmentos narrativos el gran interés por el sexo, la experticia en las artes de seducción de dos personajes, uno femenino y otro masculino, sean explicadas por un pasado común de abuso infantil. Aquí se configuran explicaciones que estigmatizan a las mujeres y hombres que son hábiles sexualmente y que usan su capital erótico para ejercer un empleo como en el caso de Alejandro, o en su caso, para lograr recompensas económicas en la vida cotidiana. De alguna manera parecerían enviar el mensaje de que cuando el sexo se usa de modo utilitario es una consecuencia de un pasado de abusos, o en su caso, es una forma falsa de suplir carencias afectivas.

Tener sexo a cambio de otras recompensas que no sean el placer o el afecto se estigmatiza, se integra a la lista de las formas de sexualidad que se distancian del buen sexo. No obstante la denostación del sexo utilitario se realiza a partir de su asociación con el maltrato doméstico y, en particular, con la violencia económica.

La infidelidad sexual femenina

como consecuencia de la rutina: el caso de Sergio y Luz

El cuarto caso es protagonizado por Sergio, un personaje masculino, profesionista casado desde hace varios años con una mujer (el personaje de Luz) con quien comparte actividades laborales, pero de quien sospecha que le es infiel. La lectura de un mensaje que alguien le

puso en Facebook a su esposa donde le pedían que se vieran de nuevo el fin de semana porque la extrañaba desencadena sus sospechas y ponen en duda su sensación de tener el «matrimonio perfecto». Cuando el cliente le cuenta su caso, Alma reacciona cuestionando que la infidelidad sea un derecho exclusivo de los hombres.

De acuerdo con lo que manifiesta en las entrevistas que tiene con Alma, se trata de una pareja que no tiene problemas en su vida sexual («hacen el amor de 2 a 3 veces por semana, él se divierte como enano y ella tiene unos orgasmos «sensacionales», aunque se cuestiona sobre la posibilidad de que «los finja»). Cuando Alma presenta a su nuevo cliente a sus escorts, les muestra una foto; los escorts identifican que se trata de un hombre y tratan de deslindarse de la responsabilidad de atenderlo. Finalmente les explica que se trata de un esposo que quiere saber por qué su esposa le es infiel. A manera de réplica, uno de los escorts comenta que lo que quiere el cliente es más bien «descubrir al amante de su esposa para partirle la cara»; a lo que Alma responde diciéndole que «no todos los hombres reaccionan de manera violenta», y que necesitan hacer algo para ayudarlo. La intervención profesional que diseña Alma consiste en propiciar encuentros con sus escorts en los que ellos traten de seducir a Luz (la esposa bajo sospecha de ser infiel), uno en el parque, en un supuesto encuentro casual y espontáneo, y otro en una supuesta cita de negocios concertada por su marido.

En estos segmentos narrativos se tipifican las estrategias masculinas de seducción para las relaciones ocasionales, tales como la insinuación (hacer «cosas entre dos», «buscar un lugar más privado»), el propiciar la risa y el baile, así como mostrarse atractivo. En la escena del parque, Luz rechaza las insinuaciones a pesar de que reconoce que le encanta la idea, «no sólo por lo guapo que es, sino también por lo divertido», pero cancela la posibilidad aludiendo a que «su marido lo es más». Y en la escena de la cita de negocios, también el escort actúa tácticas de ligue y seducción (mostrarse elegante, atractivo, halagar su belleza, invitarle una copa de vino, buscar acercamientos físicos, invitarla a pasar el fin de semana a la playa). También en este caso,

el personaje rechaza la seducción impidiendo un beso y afirmando que «ella tiene todo lo que necesita en su casa». Finalmente, Alma pide a su cliente Sergio que confronte a su esposa de manera abierta; la esposa le revela que se trata de un amigo íntimo que tiene por internet y que vivía en Estados Unidos. Que sólo era una ilusión, aunque en una ocasión estuvo en México y tuvieron relaciones por la desesperación de que su vida siempre era igual. La explicación profesional es que la rutina estaba acabando con su matrimonio. Alma dice a su cliente que «probablemente [su esposa] trataba de vivir una fantasía y escapar de la realidad» por lo que le pide que platique con ella, renegocien las reglas de su relación y establezcan un nuevo contrato y traten de vivir nuevas experiencias. Estas secuencias narrativas juegan con las metáforas de la pareja como un negocio, donde se hacen balances sobre las ganancias y las pérdidas, pero también con el hecho de que el matrimonio es un contrato civil y que las personas cambian.

La rutina se configura en estas escenas como la gran causa de la infidelidad femenina y la exigencia de renovación anclada en el ideal de que la pasión de los primeros años de la pareja puede conservarse a lo largo del tiempo si trabajan para ello. Un componente de la sexualidad femenina ideal es que no debe disminuir con el tiempo ni renunciar al goce de lo nuevo aun cuando se tenga una pareja estable. De esta manera se invierte el discurso que exige a la mujer renovar sus estrategias y trucos sexuales para conservar a sus hombres, fomentando que los hombres hagan más o menos lo mismo con las mujeres, si es que quieren garantizar su fidelidad.

Conclusiones

Con el análisis precedente pudimos observar que en la trama de *Las Aparicio* se incorpora el género literario de la autoayuda, bajo la configuración del personaje de Alma como experta en sexo, dueña de un negocio que ofrece servicios sexuales (escorts y encuentros eróticos pagados), educativos (talleres sobre sexualidad) y asesoría psicológica y técnica sobre el sexo. En estos servicios se reflejan acciones de mentoría sexual en las que el conocimiento experto sugiere el desarrollo

de técnicas y formas de gestión del sí mismo para superar obstáculos en ámbitos que se consideran problemáticos.

Los mensajes sexuales en las escenas de mentoría sexual analizadas, aparecen en formas idealizadas o estigmatizadas, mediante un tipo de *moralización directa positiva* que establece ideales (comportamientos que son objeto de aprobación o alabanza, que se suponen ejemplares, que generan emociones positivas –como el orgullo, la alegría, sentimientos de libertad o de placer– y que conducen a estados de vida dotados de alguna superioridad) y una *moralización directa negativa* que condena y estigmatiza los comportamientos que se alejan de los ideales, mediante la crítica, la queja, la acusación o la denuncia, la asociación con emociones negativas –como la tristeza, la decepción, el miedo, sentimientos de displacer– y que se supone conducen a modos de vida rutinarios, sometidos o infelices.⁶

En el conjunto de escenas, podemos observar que el mensaje principal es que el sexo es un bien deseable que otorga prestigio a quien lo tiene, lo gestiona y lo disfruta, pues enriquece la vida de las mujeres de una manera que no pueden cubrir otros bienes como el trabajo, la maternidad o la familia. Por lo que en la trama no tener sexo es una condición susceptible de estigmatización y de juicios negativos.

La sexualidad se configura así como un ámbito de experiencia que puede generar reconocimiento o decepción ante la mirada propia como la mirada ajena; tener «buen sexo» emerge como un símbolo de orgullo mientras el «mal sexo» o la ausencia de sexo como símbolo de estigma para hombres y mujeres. La sexualidad se concibe centrada en el placer (en detrimento de las sexualidades reproductiva o utilitaria); por lo que el placer sería la mayor ganancia o el mejor resultado de tener sexo. El sexo sin orgasmo se convierte en una forma de ejercicio sexual defectuosa que debe ser superada por quienes lo viven.

Sin embargo, no sólo se condena el no tener sexo, ni el sexo sin orgasmo, sino también a quienes lo tienen por razones aparentemente

⁶ Sobre los estilos de moralización directos e indirectos, y positivos y negativos, ver Luckmann (2000).

equivocadas. En los mensajes de consejería sexual se cuestiona el valor del sexo utilitario, del sexo a cambio de beneficios emocionales o económicos, en aras de enaltecer el sexo por placer y el sexo por amor. Curiosamente, este cuestionamiento no se realiza a los personajes masculinos que se dedican a vender servicios sexuales bajo el mando de Alma, pero sí se aplica al caso de una mujer que ejerce una sexualidad libre y calculadora para mantener un nivel socioeconómico deseado.

En los mensajes sexuales de *Las Aparicio* se pretende también independizar el amor del sexo, esto es, establecer que para las mujeres es legítimo y deseable tener sexo sin amor como lo ha sido a lo largo de la historia para los hombres. Idealmente se establece que la mujer debe ser activa en la gestión de sus encuentros íntimos y de su propio placer. Se postula que el placer femenino debe ser alcanzado con una actitud abierta al sexo, con disposición a experimentar, pero sobre todo con el manejo de técnicas de seducción y de autoestimulación a las que se les adjudica un carácter universal e infalible.

En los consejos sexuales de la serie, se intenta subvertir la asociación entre belleza femenina y buen sexo introduciendo la idea de que todas las mujeres pueden ser atractivas y seductoras si aprenden a arreglarse, maquillarse, y logran subir su autoestima. Sin embargo, en los consejos se continúa privilegiando el criterio masculino, dirigiendo exclusivamente a las mujeres la exigencia de ser bellas para tener buen sexo. El posible mensaje contra hegemónico falla también cuando se establece que la inteligencia y el éxito laboral femenino pueden ser obstáculos para el amor y el sexo, pues termina reafirmando el estereotipo femenino que destaca a la belleza como la máxima cualidad femenina para alcanzar logros en la vida íntima.

Asimismo, pudimos observar que en la serie se hace eco de la idea de que la sexualidad en parejas estables corre el riesgo de la infidelidad. Se establece una asociación entre el sexo rutinario y la infidelidad. El mensaje de autoayuda de *Las Aparicio* recupera lo que usualmente se ha recomendado a las mujeres para evitar las infidelidades masculinas, vencer las rutinas sexuales e incorporar nuevos trucos y maniobras, aunque ahora se invierten los roles. Los hombres también son

motivados para renovarse en su vida sexual y amorosa y así evitar que sus parejas se sientan atraídas por otros hombres.

Gran parte de los mensajes sexuales de *Las Aparicio* en sus intentos por representar una sexualidad femenina libre, incurrir en mostrar a las mujeres actuando comportamientos típicamente masculinos. De este modo los ideales de sexualidad femenina son confinados a la emulación de deseos y prácticas sexuales de los hombres, con relativamente pocas excepciones. Este aspecto genera la impresión de que los ideales de ejercicio sexual femenino que logra enarbolar la serie siguen pautas y criterios masculinos, que ahora deben ser imitados por las mujeres.

Cabe señalar que las representaciones dentro de la serie no son homogéneas, ni se inscriben en un solo imaginario, sino más bien admiten la presencia compleja, tensa y fragmentada de múltiples discursos sociales. En *Las Aparicio* se logran superar las asociaciones del sexo femenino con la maldad, lo sucio o lo prohibido, pero también se incurre en estereotipos y se generan nuevos imperativos y estigmas para la sexualidad femenina que la mantienen sujeta a lo que McRobbie (2009: 84) denomina los «estilos asertivos y hedonistas asociados con el hombre joven».

Bibliografía

- Bardin, Laurence (1996). *El análisis de contenido*. Madrid: Ediciones Akal
- Bruner, J. (1988). *Realidad mental y mundos posibles. Los actos de la imaginación que dan sentido a la experiencia*. Barcelona: Gedisa.
- Buonanno, M. (2009). *El drama televisivo: identidad y contenidos sociales*. Barcelona: Gedisa.
- Buzzanell, P. y S. D'Enbeau (2013). Intimate, ambivalent and erotic mentoring: popular culture and mentormentee relational processes in *Mad Men*. *Human Relations*, vol. 67, núm. 6, pp. 695-714.
- Carrithers, M. (1995). ¿Por qué los humanos tenemos culturas? Madrid: Alianza Editorial.
- Cascajosa, C. y M. Fernández (2008). Género y estudios televisivos. I. Clúa, comp. *Género y cultura popular*. Barcelona: Ediciones UAB, pp. 177-226.

- Chicharro, M. (2013). Representaciones de la mujer en la ficción postfeminista: *Ally McBeal*, *Sex and the City* y *Desperate Housewives*. *Papers*, 98(1): 11-31.
- Corona, S. y C. de la Peza, coords. (2007). *Un siglo de educación sentimental. Los buzones amorosos en México*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara/Universidad Veracruzana/Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco/Xochimilco.
- Coulomb-Gully, M. (2012). Les femmes politiques au miroir des fictions télévisuelles. Commander in Chief et L'État de Grâce: une comparaison France/États-Unis. *Modern & Contemporary France*, vol. 20, núm. 1, february, pp. 37-51.
- Foucault, M. (1986). *Historia de la sexualidad. El uso de los placeres*. T. 2. México: Siglo XXI.
- Giddens, A. (1997). *Modernidad e identidad del yo*. Barcelona: Ediciones Península.
- Gill, Rosalind (2012). Media, empowerment and the «Sexualization of Culture» debates. *Sex Roles*, 66 (11/12): 736-45. doi: 10.1007/s11199-011-0107-1.
- Haralovich, M. y A. Press (2012). New feminist television studies: queries into postfeminist television. *Communication Review*, 15 (3): 163-166. doi:10.1080/10714421.2012.714697.
- Johnson, M. (1997). *Moral imagination. Implications of cognitive science for ethics*. Chicago: The University Chicago Press.
- Kim, L. (2001). Sex and the single girl in postfeminism: The F word on television. *Television & New Media*, 2 (4): 319-334.
- Lakoff, G. (1990). Part I: Categories and cognitive models. *Women, fire, and dangerous things*. Chicago, IL: The University of Chicago Press, caps. 1-10.
- Lorié, Á. F. (2011). Forbidden fruit or conventional apple pie? A look at Sex and the City's reversal of the female gender. *Media, Culture & Society*, 33(1): 35-51.
- Luckmann, T. (2000). Comunicación moral e instituciones intermediarias en las sociedades modernas. *Papers* 62, pp. 83-96.
- Mazziotti, N. (2006). *Telenovela, industria y prácticas sociales*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- McRobbie, A. (2004). Postfeminism and Popular Culture. *Feminist Media Studies*, 4(3): 255-264.

- McRobbie, A. (2009). *The aftermath of feminism: gender, culture and social Change*. Londres: Sage.
- (2010). ¿Las chicas arriba? Las mujeres jóvenes y el contrato sexual posfeminista. *Debate Feminista*, año 21, vol. 41, pp. 113-135.
- Munshi, S. (2008). Chica –no siempre – interrumpida: Las mujeres en el cine de Bollywood y las series de televisión en India. *Anuario Asia-Pacífico*. Recuperado de: www.anuarioasiapacifico.es/pdf/2008/sociedad3.pdf
- Orozco, G. (1994). *Televisión y producción de significados (tres ensayos)*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, Colección Textos de Comunicación y Sociedad.
- (2006). La telenovela en México: ¿de una expresión cultural a un simple producto para la mercadotecnia? *Comunicación y Sociedad*. Nueva época, núm. 6, julio-diciembre, pp. 11-36.
- (2012). Televisión y producción de interacciones comunicativas. *Comunicación y Sociedad*, núm. 18, julio-diciembre, pp. 39-54.
- Papalini, V. (2006-2007). La literatura de autoayuda, una subjetividad del Sí-Mismo enajenado. *La Trama de la Comunicación*. Vol. 11. Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación. Ciudad de Rosario: Universidad Nacional de Rosario/UNR Editora, pp. 331-342.
- Peredo, A. y Z. Rodríguez-Morales (2014). *Entre historietas y libros: la literatura popular para la educación sentimental y el bienestar emocional*. Zapopan: El Colegio de Jalisco/Paidós.
- Pérez, I. (2012). *Representaciones de la sexualidad femenina en las narrativas televisivas. El caso de Las Aparicio*. Tesis de Maestría en Comunicación. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- (2013). Hacia un modelo de sexualidad alternativa en la ficción: representaciones en la serie Las Aparicio. Zeyda Rodríguez y Tania Rodríguez, coords. *Socialidades y afectos: vida cotidiana, nuevas tecnologías y producciones mediáticas*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, pp. 105-134.
- Rincón, O. (2006). *Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. núm. 23. Barcelona: Gedisa Editorial, colección Estudios de Televisión.
- Rodríguez, T. y Laila El Jai (2010). Las revistas femeninas, la autoayuda y la sexualidad. Zeyda Rodríguez, coord. *Entretejidos comunicacionales. Aproxima-*

- maciones a objetos y campos de la comunicación*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, pp. 229-269.
- Rodríguez, T. (2014). *Nuevos ideales de sexualidad femenina en una serie de ficción televisiva*. Ponencia presentada en el 4to Congreso Nacional de Ciencias Sociales, celebrado del 23 al 29 de marzo en San Cristóbal de las Casas, Chiapas, México.
- Rodríguez, T. e I. Pérez (2014). La sexualidad femenina en discursos de la prensa popular y la ficción televisiva. *Comunicación y Sociedad*, núm. 21, nueva época, pp. 12-41.
- Vattimo, G. (1994). *La sociedad transparente*. Barcelona: Paidós.
- Wright, P. (2009). Sexual socialization messages in mainstream entertainment mass media: a review and synthesis. *Sexuality & Culture*, 13 (4): 181-200. doi: 10.1007/s12119-009-9050-5.

Las Aparicio. Argos Televisión. México, 2012.