

MUJERES, HOMOSEXUALIDAD Y RELACIONES AFECTIVAS EN LA FICCIÓN SERIADA: EL CASO DE ‘L WORD’

Pilar Medina Bravo (PilarMB@blanquerna.url.edu)

Blanquerna - Universitat Ramon Llull (URL)

Núria Simelio Sola (nuria.simelio.sola@uab.cat)

Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)

Marta Ortega Lorenzo (martaortegalorenzo@gmail.com)

Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)

RESUMEN

El rol de socialización de los medios de comunicación y específicamente de la ficción televisiva es uno de los aspectos más importantes en la construcción de estereotipos sociales y en las pervivencias o cambios en las relaciones sociales de las generaciones actuales. En este sentido, la ficción televisiva engloba un abanico más amplio de representaciones sociales que la información, al mismo tiempo que ofrece representaciones más ajustadas a la realidad diversa y plural de las sociedades actuales y se adentra fácilmente en el ámbito de lo privado e íntimo (esto es, las relaciones amorosas, familiares, amistosas, con sus problemas y gratificaciones, avenencias y desavenencias). Cada vez más, la ficción se presenta como el vehículo idóneo para la representación de la otredad, es decir, como constructora y portavoz de relatos y rituales de la sociedad contemporánea, actuando así como un mecanismo de normalización social.

La presente comunicación se centra en **el estudio de la representación de la homosexualidad femenina** a partir del análisis de la serie norteamericana “L Word” (serie de televisión producida a los Estados Unidos y emitida por el canal de cable “Showtime” y por Canal+ en el Estado español). El análisis de contenido de las diferentes representaciones del lesbianismo presentes en la serie nos conduce a : a) desde el ámbito de las minorías sexuales, la reflexión sobre la tensión entre una postura normativista (corriente asimilacionista heteronormativa) y una postura contranormativa (corriente diferencialista) y b) desde el ámbito de la representación, la necesidad y pertinencia de que la ficción enfoque sectores y colectivos sociales tradicionalmente

marginados por las televisiones generalistas, abriendo espacios de diversidad y supliendo una demanda de un público cada vez más plural.

Palabras clave: Ficción seriada. Construcción social de género. Homosexualidad femenina. Estereotipos

INTRODUCCIÓN

La representación de la diversidad social, de género y sexual en los medios de comunicación ha sido un tema de estudio constante que parte principalmente de las investigaciones desde una perspectiva de género que generaron rupturas epistemológicas claves en las Ciencias Sociales a partir de los años 80.

Diversos estudios han demostrado el desigual enfoque en los medios de comunicación de la ciudadanía plural que compone las sociedades actuales, y la responsabilidad que los medios tienen en esta cuestión. Tal y como afirma Callagher (2001):

“If you are white, male, a businessman or a politician or a professional or a celebrity, your chances of getting represented will be very high. If you are black, or a woman without social status, or poor, or working class or gay or powerless because you are marginal, you will always have to fight to get heard and seem. This does not mean that no one from the later groups will ever find their way into the media. But it does mean that the structure of access to the media is systematically skewed in relation to certain social categories” (Gallagher, 2001:29).

El mundo de la ficción televisiva permite una relación especial entre los personajes y la audiencia, una relación próxima que hace que los personajes de la ficción sean percibidos como “vecinos” próximos, gente que forma parte de nuestro día a día. Jugando con la fuerza emocional de esta presunta proximidad, la ficción se permite “arriesgar” con la presentación de tramas que en un primer momento se podrían percibir como transgresoras, y que la audiencia puede llegar a entender, aunque no siempre compartir, a partir de aceptar las decisiones de los personajes.

En esta comunicación nos centraremos en el análisis de la representación de uno de los colectivos más marginados por los medios de comunicación, las minorías sexuales y específicamente, las mujeres homosexuales.

I. CONTEXTO AUDIOVISUAL. LA REPRESENTACIÓN DE LAS IDENTIDADES SEXUALES EN LAS SERIES DE FICCIÓN DE LOS EE.UU.

La representación de las diferentes opciones sexuales en la producción de ficción audiovisual de los Estados Unidos ha sido un tema polémico desde sus inicios y ha adelantado de forma muy tímida, especialmente a las 5 cadenas privadas (dirigidas a un público “mainstream”) que dominan la mayoría del mercado estadounidense: ABC, CBS, CW, NBC y FOX. La importancia de la religión y del tradicionalismo en ciertas zonas y sectores sociales de los Estados Unidos, provoca que un importante segmento de la audiencia, el denominado “cinturón bíblico” (*the Bible Belt*), pueda acabar decidiendo las series que continúan o no en antena. Hasta finales de los años 80 no empezarán a ser representados personajes homosexuales en las series televisivas de los Estados Unidos, a menudo con una fuerte reacción contraria de los sectores ultraconservadores, como sería el caso en el año 1989 de la serie “Thirtysomething” de la ABC en la que una secuencia de un personaje secundario gay que aparecía en una escena compartiendo cama con otro personaje, pero sin el menor asomo de contacto físico, comportó la retirada de muchos anunciantes y la pérdida de 12 millones de dólares por parte de la cadena; el episodio no se mostraría en las posteriores del verano. (Hartinger, 2008).

La situación empezará a cambiar con la proliferación de cadenas por cable de pago que supondrán una auténtica revolución en los Estados Unidos en lo que respecta a la representación de la diversidad social. Las cadenas por cable, ABC Family, A&E, FX, HBO, Lifetime Television, MTV, Showtime, TBS, TNT, USA Network, etc., al no depender de una audiencia generalista comportaron una fragmentación de la audiencia que permitió la producción de contenidos dirigidos a una audiencia muy específica y crítica que demandaba productos más innovadores y permitía a las cadenas un enfoque de personajes plurales, abriendo espacios a la representación social de la diversidad.

En el 2003 surge la cadena Here! dirigida específicamente a un público GLBT con la producción de series de ficción como *Dante’s Cove* en la que la mayoría de personajes eran homosexuales o bisexuales. En el 2000 la cadena Showtime empezará a emitir una de las series más rompedoras e innovadoras en la representación del colectivo gay, *Queer as folk*, que se emitió durante cinco temporadas (2000-2005). Esta serie, adaptación de otra serie con el mismo nombre emitida en el Reino Unido, representaba

la vida de un grupo de amigos: cinco hombres gays y una pareja de lesbianas y su relación con sus familias en un ambiente urbano de la localidad de Pittsburgh. La novedad principal era que mostraban sin tabúes las relaciones personales y sexuales de los protagonistas y el tratamiento de temas sociales como las drogas, el matrimonio homosexual, el SIDA, las diferentes alternativas a las relaciones de pareja, la prostitución, etc. Al mismo tiempo, fue un gran éxito de audiencia sorprendiendo incluso a los mismos productores la gran recepción que tuvo no sólo entre el público LGTB al que iba dirigido, sino también entre el sector de audiencia de las mujeres heterosexuales. *Queer as Folk* sería el precursor de la serie “L Word” con la que compartirá productora.

Con respecto a las series de televisión por cable no destinadas a un público específicamente homosexual, la cadena HBO emitió de 2001 a 2005 la serie *Six Feet Under*, que narraba la vida cotidiana de una familia encargada de una funeraria. Uno de los personajes principales era gay y era tratado del mismo modo que el resto, enfocando de manera realista sus relaciones de pareja. La misma cadena emitió a partir de 2002 la serie *The Wire* en la que dos de los personajes principales eran hombres homosexuales.

Esta incorporación de personajes de diferentes tendencias sexuales a las cadenas por cable y el creciente debate social sobre los derechos de los colectivos LGBT y el matrimonio homosexual, hicieron que las cadenas generalistas norteamericanas se abrieran cada vez más a la representación, a las relaciones sexuales y sentimentales de personajes homosexuales, si bien de una forma mucho menos explícita. En el 2006, la cadena ABC empieza a emitir la serie *Brothers & Sisters*, basada en las relaciones familiares de tres hermanos y dos hermanas adultos y su madre y en la que uno de los hermanos es gay y tratado de forma similar al resto de personajes. *The OC* de la FOX también contará con un personaje femenino bisexual que tenía una relación lésbica, y en *Dirty Sexy Money* (de la cadena ABC) uno de los personajes será transexual.

Según el informe del 2009-2010 “Network responsibility index” de la GLAAD (Gays & Lesbians Alliance Against Defamation) que evalúa la representación del colectivo LGBT en la televisión de los Estados Unidos, actualmente se muestra una tendencia social más favorable a la diversidad sexual de la sociedad norteamericana que hace necesaria una mayor representación positiva de este colectivo en los medios de

comunicación. También afirma que dicha representación es positiva en términos económicos si se tiene en cuenta que este colectivo representa al 6,8% de la audiencia. Aún así, puntualizan que todavía se está muy lejos de que la televisión estadounidense refleje adecuadamente la diversidad del mundo actual.

El informe realiza un análisis cualitativo y cuantitativo de la producción de ficción de las cadenas generalistas y de las cadenas por cable. Respecto a las cadenas generalistas destacan positivamente la CW por su mayor porcentaje de representación (35%) y por ser la que refleja personajes LGBT de más diversidad étnica. La cadena FOX incrementa durante la temporada 2009-2010 esta representación gracias sobre todo a la nueva serie *Glee* que cuenta con un personaje principal gay y que ha sido éxito de audiencia y también de la crítica de la temporada. También destaca la ficción de la ABC con la otra serie revelación de la temporada *Modern Family* (de gran audiencia y ganadora de las categorías más importantes de los premios Emmy). En ella aparece representada la familia moderna y una de las parejas principales son dos hombres homosexuales que han adoptado una niña vietnamita. Las cadenas generalistas con menor representación de diversidad de tendencias sexuales son la NBC y la CBS. En relación a las series de ficción en las cadenas por cable, se pueden destacar la cadena HBO con la serie *True Blood*, y ABC Family con la serie *Greek*.

En su informe, la GLAAD hace una serie de observaciones y recomendaciones, entre las que destaca la falta de representatividad social, étnica y generacional de los personajes homosexuales enfocados. El informe afirma que la gran mayoría de personajes son hombres blancos, adultos y de clase media o alta, y ello sobre todos en las cadenas generalistas con series como *Glee* y *Brothers & Sisters*. Las cadenas por cable mejoran esta representación con *True Blood* y *Greek*, pero el informe explica que todavía se está muy lejos de llegar a mostrar la diversidad real de la sociedad. Aun cuando en algunas series como *Flashforward* han contado con un personaje femenino homosexual, otro de los problemas generales es, precisamente, la invisibilización de las mujeres homosexuales.

II. MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y CAMBIO SOCIODEMOGRÁFICO

Durante años, la ficción se ha empleado no sólo por entretener y vender productos, sino también como medio para transformar la sociedad, promoviendo determinadas actitudes o para conseguir hitos concretos como la alfabetización o el uso del preservativo, por ejemplo.

Recientemente, los economistas Emily Oster y Robert Jensen explican (2009) de qué manera ha influido la llegada de la televisión a la India. Explican que el abaratamiento de los equipos y distribución de televisores permite que 150 millones de personas accedan por primera vez a la televisión por cable. La implantación no fue geográficamente uniforme y, así, se pudo comprobar qué efectos se daban en unas áreas respecto de otras. Se pudo observar que las mujeres que tenían televisión por cable estaban menos dispuestas a tolerar el maltrato conyugal, disminuía su preferencia por tener hijos varones, crecía su autonomía personal, disminuía la tasa de natalidad, mantenían más tiempo escolarizadas a sus hijas y se rebelaban contra la violencia machista.

De hecho, varios estudios empíricos han puesto de manifiesto una clara relación entre la expansión de las telecomunicaciones y el cambio sociodemográfico, sobre todo en países en los que la disminución de la tasa de fecundidad ha sido rápida, como Brasil y México. Este último, con producciones pensadas exclusivamente para cambiar comportamientos. Así, con la telenovela *Vente conmigo* que promovía la alfabetización de adultos y con la producción *Acompáñame* que fomentaba unidades familiares más pequeñas.

Vilmar Faria y Joseph Potter, demógrafos pioneros en la incorporación de los medios de comunicación en los estudios demográficos, en su trabajo sobre la caída de la fecundidad en Brasil explican que la expansión de las telecomunicaciones y el consumo de telenovelas, más que cualquier otro producto mediático, fueron factores relevantes en la promoción de nuevos valores y actitudes en relación al comportamiento reproductivo. En el Brasil de la dictadura militar, la censura no permitía a los creadores de telenovelas abordar las cuestiones relacionadas con la política, así que optaron por explicar historias relacionadas con la cotidianidad de la gente. Dado que se trataba de guionistas de ideología progresista, representaron familias y parejas que hablaban abiertamente de

temas considerados tabú, como la sexualidad. Y parece ser que, según los demógrafos, esta ideología progresista destilada en la producción de ficción fue calando en la sociedad y provocando cambios evidentes que marcarían el descenso de la natalidad.

Parece también indiscutible entre los investigadores sobre audiencias y efectos de los mensajes de los medios de comunicación que los valores emitidos no se asumen sin criterio, ni siempre de la manera en qué han sido concebidos. Resulta evidente que la incorporación de ideas y comportamientos es un proceso largo, lento y complejo en el que juegan varios factores, entre los que destacan los medios de comunicación y, más concretamente, los productos de ficción ya sean de clara intención educativa (como el caso mejicano explicado más arriba) o sin ella (como el caso brasileño mencionado antes). En cualquier caso, sí se puede concluir que los mensajes emitidos conforman opinión, aunque sea de forma temporal, sobre los aspectos que representan.

En el caso del contexto de creación y emisión de producciones “occidentales”, como el que ocupa este estudio, evidentemente no se presenta el objetivo de conseguir la alfabetización o una reducción en las tasas de natalidad. Pero sí podemos pensar en otro tipo de motivaciones. Un ejemplo muy próximo es Cataluña, donde la producción propia de ficción tiene, desde sus inicios, la clara intención de “hacer país”, es decir, mostrar un territorio con una lengua y cultura propias, así como también una sociedad diferente a la de el resto del estado español, tanto en las relaciones personales y de pareja, como en la forma de constituir hogares.

III. LA SERIE NORTEAMERICANA “L WORD”

“L Word” es una serie coral con tramas personales de continuidad que se centra en las vidas de un grupo de amigas lesbianas, transexuales y/o bisexuales que viven en la zona del best Hollywood de Los Ángeles. Emitida originalmente por la cadena de cable norteamericana “Showtime” (2004-2009) fue producida por “Coast Mountain Films Studios” y consta de 6 temporadas. Fomentada desde sus inicios por la Human Right Campaign, asociación hombres y mujeres homosexuales, bisexuales y transexuales de todos los Estados Unidos de América. La repercusión de la serie a nivel internacional ha sido importante y ha sido distribuida a 43 países, principalmente del continente americano y europeo y por cadenas de pago, en el caso español se emitió originalmente

por el Canal +. Según los datos de Nielsen, la serie fue vista por un total de 936.000 personas durante los dos primeros episodios, lo que representa un 0.5% en el sector demográfico de 18-45 años. La media de audiencia de la primera temporada fue de 600.000 espectadores, cifras que bajaron a una media de unos 500.000 durante el resto de temporadas.

“L Word” nace en uno de los períodos políticos más conservadores de los Estados Unidos de América, con el republicano George Bush. Pero a la vez, al acabar la emisión en el año 2009, también se podría afirmar que la sociedad norteamericana es una de las más progresistas de la historia del país. Las elecciones del año 2008 fueron las primeras en que un afroamericano, Barack Obama, participaba como candidato del Partido Demócrata, y una mujer, Sarah Palin, se presentaba como candidata a la vicepresidencia del otro partido mayoritario, el Partido Republicano. Obama se proclamó Presidente de unos Estados Unidos que apostaban, sin duda, por una sociedad más progresista en todos los sentidos, por lo tanto, también más tolerante con las formas no convencionales de unión, como la homosexualidad y el lesbianismo.

La serie ha recibido elogios de diversa índole. Así, por ejemplo, el 9 de octubre de 2008, en el *New York's LGBT Center*, y con motivo de la celebración del onceavo acontecimiento anual de la Mujer y el 25º aniversario de la organización, Ilene Chaiken, creadora y productora ejecutiva de ‘L Word’, fue la elegida como anfitriona del evento. La ceremonia sirvió para recoger fondos para mantener programas, servicios y actividades dirigidas a las mujeres de Nueva York y alrededores, en ámbitos relacionados con la salud mental, los servicios sociales o la sensibilización de cáncer de pecho. Otro ejemplo de reconocimiento se dio el 18 d’abril de 2009, una vez ya acabada la emisión de la serie, durante el veinteava entrega de los premios GLAAD, en la que se hizo un especial reconocimiento a la serie.

Desde el punto de vista de la repercusión social podemos afirmar que L Word ha sido un fenómeno en los Estados Unidos, y ha sido bien reconocida en su tarea de visibilizar el lesbianismo y las relaciones entre lesbianas de forma normalizada, es decir, sacando cualquier marca que lo pudiera diferenciar de las relaciones heterosexuales y mostrando, en cambio, los mismos problemas, insatisfacciones, satisfacciones, etc., de las parejas representadas que podríamos encontrar en los personajes heterosexuales de cualquier otro producto de ficción.

IV. PLANTEAMIENTO IDEOLÓGICO DE LA SERIE DESDE LA CONTROVERSIA ENTRE LA ASIMILACIÓN AL MUNDO HETEROSEXUAL O LA REIVINDICACIÓN DE LA DIFERENCIA DE LAS MINORÍAS DE GÉNERO.

Como nos recuerda Judith Butler (2006), aquello que es deseable también está íntimamente relacionado con las normas sociales, es decir, con las cuestiones de poder. Ser reconocido por el otro es un deseo inherente a la condición humana, a la vez que se constituye en elemento imprescindible para construirse como ser social. Pero los discursos de poder también dictaminarán quién es más reconocido y quién es condenado a una categoría social rechazada, cuestionada y/o ridiculizada. Ahora bien, como ha mostrado Moscovici (1996) en sus trabajos sobre la presión a la conformidad social, la diferencia también resulta una oportunidad abierta para la influencia social y la posibilidad de cambios en el pensamiento mayoritario. Y esta oportunidad representa el poder transformador de las minorías para cambiar los discursos hegemónicos. En general, podemos decir que una minoría tiene el poder de transformar el pensamiento mayoritario cuando rompe con las prácticas convencionales, creando su propio código, proponiendo modelos coherentes y alternativos de comprensión sobre una realidad social y aceptando la difícil posición de visibilizar su diferencia ante el grupo mayoritario, esforzándose de manera activa, firme, auto-confiada y consistente por mantener su compromiso por el cambio (Javaloy, 2003). En palabras de Moscovici (1996):

“Así, la minoría, que representa la opinión o el comportamiento reprimido o rechazado, revela en público lo que ha ocurrido en privado; la minoría ejerce siempre un cierto influjo sobre la mayoría y puede incitar a modificar su comportamiento o su actitud, para inducirla a ser más tolerante con lo que antes estaba excluido o prohibido” (Moscovici, 1996: 97).

Resulta fácil pensar que mantenerse en esta actitud de inconformismo persistente y continuado debe ser doloroso y difícil para los miembros del grupo minoritario, al perder la aprobación social, ser ridiculizados por el Otro y ser etiquetados de enfermos mentales o desviados sociales. Toda mayoría está siempre más interesada en mantener el estatus quo a través del control social transmitiendo una imagen interna de equilibrio y unanimidad. Mientras que la mayoría o endogrupo se ve a sí mismo bajo la imagen ideal de virtud, verdad absoluta y marco ideológico normativo, el exogrupo o grupo minoritario es construido como inferior, desviado e, incluso, vicioso. La paradoja –

como advierte Blumer (en Javaloy, 2001)- es que el endogrupo o, en el caso que nos ocupa, el grupo mayoritario necesita de la construcción social y la identificación de un exogrupo o grupo ‘desviado’ para cohesionar el discurso sobre la propia identidad como grupo social así como un espíritu de comunidad.

A la vez que es evidente el precio emocional y el coste social de visibilizarse como miembro integrante de una minoría, también es cierto que los grupos minoritarios –en su desviación del pensamiento hegemónico- acaban resultando elementos atractivos para algunos miembros del grupo mayoritario, de forma que éstos se muestran predispuestos a escuchar (y empezar a pensar sobre) el discurso alternativo ofrecido por la minoría. Uno de los factores más interesantes por conseguir fomentar este proceso de lenta influencia sobre algunos de los miembros de la mayoría social se corresponde a la capacidad del grupo minoritario por asumir la desviación desde una postura de rechazo deliberado y manifiesto a la norma establecida o respuesta dominante. Son, pues, las denominadas minorías nómicas heterodoxas (aquellas caracterizadas por una postura que se mantiene de forma consistente y coherente en contra del pensamiento normativo) las más preparadas para activar un proceso de influencia social sobre el pensamiento mayoritario dado que, bajo determinadas circunstancias, tienen la ventaja de defender públicamente una posición que es pensada en silencio por algunos miembros del grupo mayoritario. Sus posibilidades de ejercer y fomentar el cambio social resistiendo el ataque despreciativo de la mayoría serán, pues, el eje de un proceso de innovación social. Aquella sociedad que no permite la creación de conflictos ni la existencia de minorías activas, es una sociedad en la que no se permiten los cambios sociales.

Ahora bien, si planteamos el escenario para la innovación social a partir únicamente del mantenimiento de una postura activa, no escondida y continuada de rechazo a la norma preponderante, a la vez que la visibilización deliberada de uno mismo como integrante de una minoría etiquetada de ‘desviada’ según el grupo mayoritario, difícilmente podemos concluir que se pueda llevar a término el proceso de cambio social. Hace falta recordar la importancia que tendrá la atracción de las principales voces disidentes como variable de persuasión. Una persona con altos niveles de confianza en sí misma, con características consideradas ‘ideales y/o admirables’ según el canon del grupo normativo, es decir, potenciales factores para la identificación social (por ejemplo, en nuestra cultura occidental se correspondería con un alto nivel cultural,

económico, de prestigio social, etc.) y, a la vez, que se declara abiertamente integrante activa de un grupo minoritario es mucho más fácil que llegue a incidir y sorprender a los miembros del grupo normativo, que aquella otra persona que –aún declarando de forma abierta que también pertenece a un grupo minoritario- no se puede asociar ‘su imagen’ con otras características atractivas según la norma, siendo mucho más fácil para los miembros del grupo mayoritario depreciarlo, inferiorizarlo; en definitiva, negarlo. Simplificando mucho el proceso, podríamos decir que, en este último caso, las voces representantes de esta minoría no se han podido ofrecer como alternativa deseable y/o atractiva para los miembros del grupo mayoritario que, recordemos, no pueden permitirse el lujo de ser identificados con voces disidentes y despertar, así, el rechazo de los miembros de su propio endogrupo. En todo proceso de interrelación social y de innovación de los marcos de pensamiento hará falta tener en cuenta, pues, la visibilidad y la atracción, siendo la primera condición previa de la segunda. Será desde estas dos directrices desde las cuales ser marginado no es obligatoriamente una desventaja.

A lo largo del siglo pasado, los grupos de minorías sexuales han dejado de actuar como grupos marginados para pasar a constituirse en grupos innovadores y alternativas consistentes al pensamiento heteronormativo. Más concretamente, el movimiento *queer* no se centra exclusivamente en la lucha antihomofóbica sino en la reivindicación activa de la plasticidad de las identidades sexuales más allá del modelo cerrado de la doble categoría (hombre/mujer) según el cual la atribución de feminidad o masculinidad responden a marcos de construcción de sentido que varían en función de la historia y la sociedad (Butler, 2006). Además, a diferencia de la progresiva visibilización de la homosexualidad masculina, el lesbianismo parecía invisible y, hasta hace poco, sometido al aura de la amistad romántica no-promiscua, una nueva manifestación del eterno femenino que lo que hacía era negar la posibilidad de la sexualidad lesbiana. Esto sí, parece que el salto a la presencia en los medios de comunicación y, más concretamente, a la ficción seriada se ha producido de manera rápida y contundente (González de Garay, 2009).

Autores como Vélez-Pellegrini (2008) alertan, eso sí, del peligro de una hipervisibilidad del lesbianismo en la publicidad por tratarse de una representación glamurosa, aparentemente bien integradas en un ambiente social y laboral en el que parecen vivir rechazos de ningún tipo, dependiente de unos marcados estereotipos y

cánones de belleza, de claras connotaciones heteronormativas, rodeadas de una falsa felicidad perenne y, así, transformadas en objetos para la fantasía masculina heterosexual. Se trata de una voz de alerta que podríamos extrapolar a la ficción seriada y de la que querríamos destacar el aspecto de cómoda y fácil integración en la sociedad. Este aspecto nos introduce en el debate definido por el mismo autor como ‘asimilacionistas/reformistas vs. diferencialistas/radicales’:

“De manera genérica, las corrientes asimilacionistas del movimiento gay y lesbiano llevan la marca de una voluntad de integración en el conjunto de la sociedad (dando por aceptables los universos simbólicos que la engloban y la cohesionan, y otorgando así un rasgo de adaptabilidad cultural de la homosexualidad a los mismos). La estampa de las tendencias diferencialistas ha sido en cambio la valorización de la homosexualidad como proyecto de vida frente a los metadiscursos dominantes (...) y la posibilidad, a partir de ahí, de constituir, sino una identidad y una cultura gay y lesbiana, al menos una experiencia individual y colectiva provista de una legitimidad política y social...” (Vélez-Pellegrini, 2008: 244-245).

CONCLUSIONES

La producción y emisión de series como “L Word” representan un avance en relación a la representación de las diferentes identidades sexuales en un contexto televisivo, cada vez más interesado en la responsabilidad de enfocar las ciudadanías plurales que componen las sociedades actuales. Al mismo tiempo, estas series suplen la demanda de una parte de la audiencia que reclama contenidos más específicos y diversos que los de las televisiones generalistas.

La serie representa una diversidad de formas de vinculación afectiva (pareja de lesbianas en el formato heteronormativo, parejas abiertas, promiscuidad...) no cerrándose a una presentación clásica ni normativa de las relaciones amorosas. Podríamos decir que la serie representa justamente lo que Giddens (1995) denomina “sexualidad plástica” o sexualidad liberada de la relación intrínseca con la reproducción, y que abre las puertas a cambios significativos en la sexualidad, el amor y el erotismo de las sociedades modernas. Giddens explica que el amor pasional, en contraposición al amor romántico, es liberador, por generar una ruptura con la rutina y el deber. El autor introduce, además, el concepto de amor confluyente en oposición al tradicional. Así, la pareja se transforma en un espacio hedonista, democrático, de negociación permanente.

Y es esto precisamente lo que se representa en la serie 'L Word'. En palabras de Giddens, está claro que continúan existiendo patrones de sexualidad y seducción universalizados, pero los hombres son seductores en una era en que la seducción ha quedado obsoleta como consecuencia de las transformaciones en la vida íntima, las mujeres ya no necesitan ser seducidas, existe una tendencia progresiva a prescindir de los hombres, éstos pasan esporádicamente por la vida de ellas, siendo éstas las que constituyen el fundamento real de la familia. 'L Word' es todo esto llevado al extremo.

En relación a nuestras hipótesis de partida, podemos decir que la mayoría de ficción seriada en la que aparecen parejas de lesbianas el trasfondo narrativo general es la tendencia al asimilacionismo, jugando así, en realidad, a una visibilización de una minoría sexual manteniendo el estatus quo social. Sin embargo, el planteamiento global de la serie 'L Word' representa una apuesta transgresora por un planteamiento decididamente diferencialista, en la que la homosexualidad femenina se presenta como proyecto de vida, y se puede entender como intento de innovación social. Esto no excluye la presencia en la serie de relaciones afectivo-sexuales que responderían al esquema heteronormativo clásico de amor romántico y exclusividad sexual (la pareja protagonista), pero rodeado a su vez de una variada representación de formatos de afectividad y placer sexual 'no convencionales'.

CUESTIONES PARA EL DEBATE

- ¿Actúa '*L Word*' como transgresora al normalizar situaciones hasta ahora exclusivas de grupos heterosexuales?
- ¿Ridiculiza '*L Word*' el mundo lesbiano por mostrarlo como un mundo imperfecto y, por otra parte, similar al mundo heterosexual?

BIBLIOGRAFÍA

BLUMER, H. Social problems as collective behavior. En: F. Javaloy, A. Rodríguez y E. Espelt, *Comportamiento colectivo y movimientos sociales. Un enfoque psicosocial*. Madrid: Prentice Hall, 2001.

BUTLER, Judith. *Deshacer el género*. Barcelona: Paidós, 2006.

CLELAND I WILSON (1987). "Demands Theories of the Fertility Transition: An iconoclastic view", *Population Studies*, 41, p 5-30

COGAN, D. (1992), "All my children. Family planning and trash TV", *New Republic*, Oct. 19: 10-2

FARIA, V i POTTER, J (1994), "Television, Telenovelas, and Fertily Change in Noeast Brazil" *The Social Impact of Television on Reproductive Behavior i n Brazil working Papers Series*, Population Research Center, The University of Texas au Austin, paper nº 8.

GALLAGHER, Margaret (1979), *El modo de presentar a la mujer en los medios de comunicación*. París: UNESCO

GALINDO, C. i POINDEXTER (1986) "Using soap operas to promote familiy planning", *Populi*, 13 (3): 30-8.

GIDDENS, A. (1995), *La transformación de la intimidad. Sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas*, Madrid: Cátedra.

GLAAD (2010) *2009-2010. Network Responsability Index* Los Angeles: GLAAD.

GONZALEZ de GARAY, Beatriz. "Ficción online frente a ficción televisiva en la nueva sociedad digital. Diferencias de representación del lesbianismo entre las series españolas para televisión generalista y las series para Internet". *Actas Icono 14, 2009, nº 42*. I Congreso Internacional Sociedad Digital.

HARTINGER, Brent (2008) "From thirtysomething to Brothers & Sisters" a *AfterElton*, http://www.afterelton.com/TV/2008/5/thirtysomething_to_brothers_and_sisters (Data de consulta: 20-7-2010).

JAVALOY, Federico. Grupos y comportamiento colectivo. En: J.F.Morales y C.Huici (dir.). *Estudios de psicología social*. Madrid:UNED, 2003.

JENSEN, R; OSTER, E; (2009), The power of TV: Cable Television and Women's Status i India. *The Quarterly Journal of Economics*. Vol 124, 8, p 1057-1094

MOSCOVICI, Serge. *Psicología de las minorías activas*. Madrid: Morata, 1996 (Títol original: "Social influence and social change", 1981).

ORTEGA , Marta (1999), "Les telenovel·les catalanes: entre el serial i el relat de costums", *Anàlisi*, n 23, Universitat Autònoma de Barcelona, pp 59-72

SCHENDEN, LAURIE, "Folk Like Us", *Curve Magazine* (consulta del 3/9/2006)

VELEZ-PELLEGRINI, Laurentino. *Minorías sexuales y sociología de la diferencia. Gays, lesbianas y transexuales ante el debate identitario*. Madrid: Montesinos, 2008

