

ANÁLISIS DEL DISCURSO MULTIMODAL POSTFEMINISTA EN LA SERIE *MADRE SOLO HAY DOS*: IMBRICACIÓN LOCAL-TRANSNACIONAL- COMUNICACIÓN TRANSCULTURAL

CLAUDIA BENASSINI F.¹

Name Claudia Benassini

Academic centre Universidad La Salle, México

E-mail address claudia.benassini@lasalle.mx

PALABRAS CLAVE

Transnacionalización, comunicación transcultural, cultura mediática postfeminista, discurso multimodal, series de televisión

KEY WORDS

Transnationalization, transcultural communication, postfeminist media culture, multimodal discourse, television series

RESUMEN

Este trabajo forma parte de una investigación iniciada en junio de 2019 sobre la comunicación transcultural en las series de televisión, en el marco de la transnacionalización. Presenta los resultados de un análisis del discurso multimodal a la mexicana *Madre solo hay dos*, disponible en la plataforma de Netflix desde enero de 2021. El trabajo tiene cuatro partes. La primera contextualiza la relación Netflix-transnacionalización y justifica la selección de la serie; la segunda esboza la cultura mediática postfeminista como punto de partida para la construcción del modelo de análisis. La tercera parte presenta el modelo de análisis basado en las aportaciones de la semiótica social y el análisis del discurso multimodal para, en la siguiente parte, mostrar los resultados. Las conclusiones giran en torno a la posibilidad de continuar el análisis de series iberoamericanas protagonizadas por mujeres para contribuir a la incorporación de los resultados a la cultura mediática postfeminista y a la comunicación transcultural en el contexto de la transnacionalización.

1 Profesora Investigadora, Facultad Mexicana de Arquitectura, Diseño y Comunicación, Universidad La Salle Ciudad de México. Líder del grupo de investigación, desarrollo e innovación sobre "Alfabetización Digital, Transmedialidad y Gestión del Conocimiento", miembro del Sistema Nacional de Investigadores, Nivel 1. Actualmente trabaja en un Laboratorio de Alfabetización Mediática que incluye a la ficción serializada como una de sus líneas temáticas.

ABSTRACT

This work is part of a research started in June 2019, on transcultural communication in television series, within the framework of transnationalization. It presents the results of a multimodal discourse analysis to the Mexican series *Madre solo hay dos*, available on the Netflix platform since January 2021. The article consists of four parts. The first contextualizes the Netflix-transnationalization relationship and justifies the selection of the series; the second outlines the post-feminist media culture as a starting point for the construction of the model. The third part presents the analysis model based on the contributions of social semiotics and multimodal discourse analysis to show the results in the next part. The conclusions revolve around the possibility of continuing the analysis of Ibero-American series starring women to contribute to the incorporation of the results into feminist media culture and transcultural communication in the context of transnationalization.

1. INTRODUCCIÓN

Este artículo forma parte de una investigación iniciada en junio de 2019, sobre las representaciones globales en las series de televisión desde la óptica de la comunicación transcultural. En ese momento la mirada estaba puesta en la construcción de los conceptos que orientarían la investigación, particularmente comunicación transcultural, transnacionalización y representaciones sociales. Al respecto, las aportaciones de Hepp (2015), Athique (2016) y Darling-Wolf (2015), destacan la importancia de las culturas locales que propagan contenidos transnacionales, mediante complejos reacomodos mediáticos relacionados con la reorganización de los grupos globales hasta la creciente presencia de las plataformas para la circulación de contenidos a través de los ambientes digitales. Para efectos de este trabajo, entendemos la transnacionalización como “un proceso que se refiere a las relaciones sociales que se extienden en localidades y sitios específicos cruzando fronteras, en las que participan organizaciones que operan más allá de su país, sin desarraigarse de él”. En consecuencia, dependen de reglas nacionales, de mercados de trabajo regionales o de culturas locales y sirven como puente entre los niveles global y nacional (Pries, 2017, p. 26-27). Cabe añadir que la transnacionalización alude a sentimientos de pertenencia, afinidades culturales y entramados de comunicación. Es decir, lazos e interacciones que vinculan a personas e instituciones más allá de los Estados-Nación.

La definición de los conceptos que orientan la investigación condujo a afinar la propuesta en términos de construcción del objeto de estudio¹ y series seleccionadas para el análisis. Una mirada exhaustiva a la oferta de diversos canales de televisión, aplicaciones móviles y plataformas, aunada al contexto que ha caracterizado a los movimientos feministas durante los últimos dos años, condujo a las series protagonizadas por mujeres. La revisión para la integración del estado del arte orientó nuestro interés hacia la presencia del postfeminismo en la cultura mediática, principalmente por la mirada de sus precursoras: Ángela McRobbie; Rosalind Gill y Catherine Rottenberg. Sus aportaciones han dado pie a la construcción de análisis críticos sobre los nuevos perfiles que ofrecen los contenidos mediáticos acerca de las mujeres y el lugar que confieren a la lucha feminista en el centro de los relatos: como telón de fondo y como la causa de las desavenencias de las mujeres. El interés por el enfoque condujo

1 La primera parte es un análisis del discurso multimodal de la serie *Street Food Latinoamérica*, en la plataforma Netflix desde julio de 2019.

a la revisión de las series pioneras enmarcadas en este contexto, *Sex and the City* y *Ally McBeal*, acompañadas de los cuestionamientos por el perfil de las protagonistas: mujeres blancas, jóvenes urbanas y con una buena posición social. En otras palabras, se trata de ubicar la propuesta en contextos diferentes en términos de edad, raza, sexualidad, nivel socio-económico, educación e incluso nacionalidad, que permitan la construcción de un cúmulo de conocimientos ligados a la cultura mediática postfeminista y sus vinculaciones con los discursos transnacionales y la comunicación transcultural.

La nueva mirada a la cultura mediática postfeminista condujo a un análisis sobre las representaciones globales de la televisión desde la óptica de la comunicación transcultural centrado en las series iberoamericanas de televisión protagonizadas por mujeres. Un segundo punto se relaciona con la óptica de la comunicación transcultural con énfasis en la transnacionalización; de ahí la pertinencia de considerar los contenidos disponibles en la plataforma de Netflix, dada su relevancia en América Latina y en México, donde se ha instalado una sede regional. La serie seleccionada fue *Madre solo hay dos*, dado su impacto mediático local², así como su presencia casi simultánea en Argentina, España y Estados Unidos, entre otros países de la región. En suma, el principal objetivo de este trabajo es realizar un análisis del discurso multimodal de la serie *Madre solo hay dos*, desde la óptica de la cultura mediática postfeminista. Las razones de la opción metodológica se expondrán en su momento. El artículo consta de cuatro partes: la primera, a manera de contexto, presenta a grandes rasgos la evolución de Netflix en México que ha permitido las posibilidades de la producción independiente con este tipo de contenidos. La segunda ofrece las aportaciones de las tres autoras centrales del postfeminismo y la caracterización de la cultura mediática postfeminista como hilo conductor del análisis. La tercera parte incluye la construcción del modelo de análisis desde las aportaciones de la semiótica social y el análisis multimodal para, en la siguiente parte, ofrecer el análisis de la serie. Las conclusiones reflexionan sobre la posibilidad de continuar con la investigación para contribuir a las aportaciones de la cultura mediática postfeminista, en el marco de la comunicación transcultural y la transnacionalización.

2 A partir de su estreno en enero de 2021 *Madre solo hay dos* estuvo presente en las agendas informativas de periódicos mexicanos como *Reforma*, *Milenio* y *El Universal*, así como en la revista *Forbes*. También estuvo presente en periódicos extranjeros como *El Comercio* (Perú) y *La Vanguardia* (España) y *Ámbito Financiero* (Argentina), entre otros.

Antes de comenzar, es necesario mencionar dos trabajos sobre el estudio de los personajes femeninos en las series de Netflix, que parten de la creciente importancia que la plataforma confiere a la visibilización de las mujeres. Uno, de Fabiola Alcalá (2020) sobre la forma de construir la serialidad, los personajes y los estereotipos en las series producidas por Netflix y la televisión tradicional. Otro más, de Derya Ozkan y Deborah Hardt (2020), quienes construyen la categoría de protagonista femenina fuerte, como representante del giro de la objetivación a la subjetivación característico de la cultura mediática postfeminista en cuatro series de Netflix: *Glow*, *Orange is the new black* y *Jessica Jones*. En este sentido, este trabajo pretende contribuir a esta línea de investigación, ahora desde el análisis del discurso multimodal, la transnacionalización y la transculturación.

2. NETFLIX EN MÉXICO: ATENCIÓN A LAS AUDIENCIAS DE LA REGIÓN

Como se comentó en la Introducción, desde los inicios de la transnacionalización la televisión ha jugado un papel protagónico, así como, más recientemente, la comunicación transcultural en el marco de la transnacionalización³. La infraestructura del medio, lenguajes y formatos, así como su enorme atractivo para las audiencias, ha propiciado que, desde hace seis décadas su presencia haya sido estratégica para el establecimiento de alianzas. Este rol se ha incrementado a la luz de la digitalización de las comunicaciones y de las extensiones para la circulación de sus contenidos, dando lugar a lo que Ramón Lobato (2019) denomina *televisión global*, es decir, “los servicios televisivos que operan simultáneamente en un amplio rango de mercados internacionales”. Netflix, añade el

3 De acuerdo con Andreas Hepp (2015, p. 2), la transculturalidad se define como “un estilo de vida a través del que algunos individuos encuentran caminos para trascender su cultura inicial para explorar, examinar y penetrar en otras culturas. Por tanto, la transformación en curso de los medios de comunicación se asocia con formas nuevas de vivir y experimentar la cultura; esta nueva forma de vida es capturada por el concepto de *transculturalidad*. Hepp añade que la comunicación transcultural es producto de la globalización de los medios, que puso en contacto a los individuos (inicialmente) con una diversidad de contenidos procedentes sobre todo de Occidente, como es el caso de las series de televisión. “Utilizamos el concepto de comunicación transcultural para referirnos a culturas nacionales particulares, así como a la forma en que estas particularidades se abordan en los procesos de comunicación que trascienden culturas, sin asumir que en este proceso tratamos con el desarrollo de una cultura global estandarizada y uniforme (Hepp, 2015, p. 7-8). Como puede observarse, la cultura mediática postfeminista puede analizarse e incluirse en esta perspectiva, así como las especificidades que de ella se derivan vía distintas series de televisión y/o procedencia de los contenidos.

autor, es tanto transnacional como global, si nos atenemos a la definición arriba planteada, a la que podemos añadir la caracterización de Amanda Lotz (2017): una biblioteca no lineal, a la que el consumidor accede sin saber todo lo que está disponible. De esta forma —y mediante un sofisticado sistema de algoritmos— las percepciones sobre Netflix pueden diferir de un país a otro o de un consumidor a otro por sus gustos, intereses y necesidades.

Netflix llegó a México el 1º de enero de 2011 como el primer servicio de distribución de contenidos *over the top*, con una oferta procedente de diversas televisoras sobre todo estadounidenses, así como de Televisa y Televisión Azteca. El sello de la empresa fue expandiéndose gradualmente, vía productoras y/o estudios de filmación locales instalados en puntos clave del globo. Paralelamente, la oferta de suscriptores se incrementaba por las características de la programación, el reducido costo —99 pesos al mes— y la omnipresencia para su visualización a través de televisores, equipos de cómputo, consolas de videojuegos y más adelante por las aplicaciones móviles. Cuatro años después llegaron las primeras producciones locales con *Club de cuervos* (2015), *Ingobernable* (2017), *Luis Miguel: la serie* (2018), *La casa de las flores* (2018), *Tijuana* (2019), *Historia de un crimen: Colosio* (2019), *Monarca* (2019), *Selena* (2020), *¿Quién mató a Sara?* (2021), *Madre solo hay dos* (2021) y *Guerra de vecinos* (2021), entre las más conocidas⁴.

Cabe añadir que en este momento México ocupa el segundo lugar de suscriptores de Netflix con 17.6 millones. Esto explica, junto con el éxito de los contenidos producidos localmente, la decisión de la empresa de instalar una sede regional en nuestro país para fortalecer la presencia de la empresa, estar más cerca de la comunidad creativa de la región, según Mauricio Hernández, Armenta, reportero de la revista *Forbes*. Se trata, añade el reportero, de atender la demanda de la comunidad regional desde México a través de series y películas y series, con una inversión de 300 millones de dólares.

3. CULTURA MEDIÁTICA POSTFEMINISTA: CONTEXTO DEL ANÁLISIS

Durante los primeros años del siglo XXI los medios de comunicación, sobre todo la televisión, comenzaron a ofrecer a sus audiencias una mirada distinta sobre las representaciones de las mujeres en contextos sociales y culturales. Dos de las

figuras más identificadas en ese momento fueron *Ally McBeal* (1997-2002) y *Carrie Bradshaw*, de *Sex and the City* (1998-2004). Jóvenes blancas, exitosas y de buena posición: un perfil que las distingue de los personajes de la ficción televisiva de la época. Los primeros análisis sobre el tema destacaron que las representaciones de ambas protagonistas eran una reacción contra el activismo femenino de las dos últimas décadas del siglo XX, que adoptaban formas contradictorias. “Aunque en este sentido el postfeminismo es de alguna forma hostil hacia el feminismo, sus discursos son mucho más que declaraciones de antifeminismo” (Gill, 2007, p. 678). Esta perspectiva tuvo a Ángela McRobbie y Rosalind Gill como autoras clave para la construcción del concepto; más adelante, las aportaciones de Catherine Rottenberg sobre el postfeminismo neoliberal han completado una perspectiva analítica que genéricamente se identifica como *cultura mediática postfeminista*.

Para Ángela McRobbie el postfeminismo es un proyecto activo. En el contexto de Gran Bretaña retoma a los sociólogos de la época, como Anthony Giddens y Ulrich Beck, a propósito del desvanecimiento de las antiguas estructuras de la clase social y la necesidad de que el individuo genere sus propias estructuras. Esta situación lo obligará a la construcción de prácticas de autocontrol y a la búsqueda de mecanismos para la operación del individualismo como proceso social. En este contexto McRobbie plantea la importancia de las guías de autoayuda y el automonitoreo, así como sobre los dilemas enfrentados por las mujeres en la época de la narrativa popular contemporánea (Giraldo, 2019; McRobbie, 2004).

Este marco conceptual, aunado a un diagnóstico sobre el tratamiento mediático del feminismo, centra a McRobbie en el análisis de la construcción del nuevo discurso feminista en cine, televisión y revistas para mujeres. El resultado: una serie de ensayos que examinan este nuevo discurso, combinando elementos de la sociología feminista con los estudios culturales y buscando trazar un mapa del campo del postfeminismo popular y la política cultural más allá de Gran Bretaña. Se trata, en suma, de acercarse al discurso de la feminidad postfeminista y a las posibilidades que ofrece a las mujeres jóvenes (McRobbie, 2004 y 2008).

Por su parte, Rosalind Gill también encuentra en los contenidos mediáticos una reacción hacia las luchas feministas de las últimas décadas del siglo XX. Se trata de una imagen postfeminista políticamente higienizada, neoliberal y altamente sexualizada, muy presente y celebrada en íconos como las *Spice Girls*, Britney Spears y Christina Aguilera. Otro elemento presente en el discurso mediático fue una versión

4 La mayoría de estos títulos con más de una temporada.

del empoderamiento femenino identificado con asertividad sexual, poder adquisitivo y control individual. Una versión que concuerda con el modelo neoliberal, donde la igualdad de género se confunde con “opciones individuales de vida” (Gill, 2007; Gallagher, 2014).

Gill se propone entender esta nueva cultura postfeminista como una *sensibilidad* que opera a partir de marcos interconectados, que permite el análisis de textos culturales. Con una fuerte influencia neoliberal producto del contexto en el que surge, identifica las características de esta sensibilidad, que actualiza diez años después⁵, desde las aportaciones del feminismo al postfeminismo, la digitalización de las comunicaciones y la mirada de la transdisciplina⁶, sobre todo las ciencias sociales. Esto le permite participar en el debate sobre la interseccionalidad⁷ de la cultura mediática postfeminista, a propósito de la incorporación al análisis de las variables de clase, raza, género, sexualidad, edad, religión, nacionalidad y otras estratificaciones sociales, más allá de las planteadas en los primeros estudios (Harvey, 2020, p. 20).

Catherine Rottenberg, la tercera mirada postfeminista, ubica su mirada en Estados Unidos durante 2015, cuando mujeres poderosas y de alto perfil comenzaron a declararse abiertamente feministas⁸. De ser un movimiento con el que pocas mujeres poderosas se identificaban abiertamente, el feminismo repentinamente se volvió muy popular: en la Introducción a su libro, Rottenberg retoma la mirada postfeminista de Gill como “un complejo entrelazamiento de ideas feministas y antifeministas”⁹. En suma, el feminismo neoliberal opera como una especie de retroceso a la con-

versión de mujeres educadas y con movilidad ascendente en capital humano (Rottenberg, 2018).

La autora reconoce que el neoliberalismo puede necesitar de esta variante del feminismo para resolver una de las tensiones importantes en relación con el género. No solo por su perfil hiperindividualizador —muy vinculado a los cambios de las dos últimas décadas del siglo XX— sino también por su construcción de la lógica feminista. Primero, un nuevo sujeto que acepta la responsabilidad de su bienestar y su cuidado personal, así como su interpretación de las mujeres como sujetos emprendedores y como empresas individuales. Segundo, por el equilibrio feliz entre el trabajo y la familia, reconociendo paradójicamente las desigualdades de género, la presencia del acoso sexual y la brecha salarial. Tercero, porque las soluciones que se proponen eluden el fundamento estructural y económico de estos fenómenos. En suma, señala Rottenberg, el neoliberalismo ha contribuido a la aceptación del feminismo, a la vez que ha facilitado su difusión y circulación en el paisaje de la corriente cultural angloamericana, en la medida en que se le ha despojado de la mayor parte de su fuerza de oposición (Rottenberg en Banet-Welser, Gill y Rotenberg, 2020).

De las aportaciones de estas tres autoras se desprende que el postfeminismo se caracteriza, según Margaret Gallagher (2014, p. 104), por una perspectiva muy conservadora del empoderamiento de la mujer que concuerda con el modelo neoliberal, en la que igualdad de género se convierte con opciones individuales de vida. Cabe añadir que en el ya citado trabajo de Ozkan y Hardt basado en las aportaciones del feminismo, las autoras reconocen la creciente visibilidad de la mujer en los contenidos de Netflix. Sin embargo, como parte de sus conclusiones reconocen que las series analizadas reproducen “la misoginia y la representación estereotipada de las mujeres propia de los contenidos de la televisión tradicional, aunque los personajes analizados participan en su desarrollo personal” (Ozzkan y Handt, 2020, p. 167).

4. METODOLOGÍA

Para cumplir con el objetivo central de este artículo se partió de las aportaciones de la semiótica social —también incorporadas a la etapa previa de nuestra investigación— que se ocupa de la construcción de significado y de sus creadores. Estudia los medios de difusión y los modos de comunicación utilizados y desarrollados por los individuos para representar su comprensión del mundo y dar forma a las relaciones de poder con los demás. Lenguaje y significado son factores

5 Femenidad como una propiedad del cuerpo; Vigilancia y auto-vigilancia; Automonitoreo; Individualismo, elección y empoderamiento; Auto-vigilancia y disciplina; El paradigma del cambio de imagen; La reafirmación de la diferencia sexual; Ironía y conocimiento; Feminismo y anti-feminismo

6 Muy importante para dar cuenta en investigaciones posteriores del papel de los blogs, las aplicaciones móviles y las redes socio-digitales en las siete primeras características de la sensibilidad postfeminista

7 De acuerdo con Alison Harvey, el enfoque interseccional da cuenta de “la complejidad de la experiencia vivida y se dirige al carácter interconectado e inseparable de la opresión basada en género, raza, sexualidad, edad, habilidad, religión, nacionalidad y otras estratificaciones sociales (Harvey, 2020, p. 21-22).

8 Anne-Marie Slaughter, ex directora de planeación de políticas del Departamento de Estado; Sheryl Sandberg, directora de operación de Facebook; la actriz de Hollywood Ema Watson y las celebridades musicales Beyonce y Miley Cyrus, entre otras.

9 Rotterberg (2018, p. 8) afirma que muchas activistas y académicas miraron con desconfianza los últimos desarrollos que excluían de su discurso términos como “igualdad de derechos”, “liberación” y “justicia social” y su reemplazo por “felicidad”, “equilibrio”, “responsabilidad” o “inclinación”. Es decir, la mirada del feminismo desde la lente neoliberal.

clave para comprender a la sociedad y viceversa: la sociedad es clave para comprender el lenguaje y el significado (Bezemer y Hewitt, 2009; Hodge, 2017; Jewitt, Bezemer y O'Halloran, 2016). La multimodalidad se relaciona con la semiótica social por su interés en la construcción de significados y su combinación en un *todo integrado multimodal*. La adopción del término obedece a la necesidad de mirar la concurrencia e interacción, las posibilidades y limitaciones de medios y modos de comunicación en la construcción de significado. Implica la actividad de los miembros de una comunidad y el empleo de materiales a su disposición para producir significados e interpretaciones discursivas en un contexto cultural. El resultado serán textos multimodales que incorporan elementos textuales, icónicos y auditivos (Jewitt, Bezemer y O'Halloran, 2016; Pardo, 2016; González y Herrera, 2015). En suma, para Gunther Kress la teoría semiótica de la multimodalidad:

... se apoya en varios supuestos fundamentales: los signos siempre son *generados* en interacción social; los signos son *motivados*, no relaciones *arbitrarias* de significado y forma; la relación motivada de una *forma* y un *significado* se basa y surge del interés de los creadores de signos; las formas/significados empleados en la *creación* de signos son generadas en interacción social y se vuelven parte de los recursos semióticos de una cultura. La relación de forma y significado es de *aptitud*, de un mejor ajuste, donde la forma del significante se sugiere como preparada para ser la expresión del significado que va a realizarse. *Aptitud* significa que la forma tiene las características requeridas para transportar el significado (Kress, 2010).

De lo anterior se desprende que la producción, en este caso de *Madre solo hay dos*, desempeña un rol imprescindible en el proceso de construcción de significados multimodales: utiliza una serie de recursos para la construcción de signos motivados y con significado social, que se incorporan al ámbito de recursos semióticos de la cultura. La hipótesis que orientó la realización de este análisis es que los perfiles de los dos personajes centrales de la serie (Ana y Mariana) reúnen las características de la sensibilidad feminista descritas por Rosalind Gill: cuerpo, vigilancia, autocontrol y automonitoreo, cultura y subjetividad, vida afectiva del postfeminismo, inseguridad tóxica; ironía, conocimiento de la cultura. Es decir, son *aptas*, según Kress: en su calidad de *forma*, reúnen las condiciones para transportar el *significado* que se incorpora a la cultura

mediática postfeminista en el contexto del discurso neoliberal, así como al contexto social y cultural más amplio de las audiencias transnacionales de Netflix. Para comprobar esta hipótesis se seleccionaron las características actualizadas de la sensibilidad feminista. Cada una se analizó desde tres perspectivas: la unión de forma significado para dar lugar a los signos semióticos; los recursos semióticos utilizados para obtener signos sociales motivados y el modo, entendido como un "conjunto de recursos semióticos social y culturalmente modelados para construir significados (y dar sentido a las funciones a las que se asignan estos recursos)" (Bezemer y Jewitt, 2009).

Bezemer y Jewitt (2009) añaden que, para ser considerados un modo, los recursos semióticos utilizados deben cumplir simultáneamente tres metafunciones: *ideacional* (representar significados sobre acciones, estados de ánimo, eventos, es decir, expresar algo sobre el mundo); *interpersonal* (representar significados sobre las relaciones sociales de quienes están comprometidos en la comunicación) y *textual* (formar significados coherentes capaces de representar un mundo (social) completo, que sean consecuentes internamente y con su ambiente). En consecuencia, los recursos semióticos del lenguaje textual, icónico y audiovisual; la imagen, el audio, la edición y las estrategias de producción, la edición y los movimientos de cámara constituyen bloques de signos que son identificados por las audiencias en tanto forman parte de su vida cotidiana (Van Dijk, 2000, p. 342; Jewitt, Bezemer y O'Halloran, 2016, p. 164-165; Kress, 2010, p. 342).

En el proceso de análisis se presentan las siete características de Gill que dieron lugar a signos motivados, construidos a partir de un conjunto de recursos semióticos y a la identificación de los modos de acuerdo con las tres metafunciones. Los datos se organizaron en tablas para facilitar el análisis y lectura. Las conclusiones se remiten tanto al análisis como a sus aportaciones a la cultura mediática postfeminista, al proceso de transnacionalización de Netflix y a la contribución de este trabajo a la realización de análisis multimodales subsecuentes que contribuyan a la construcción de conocimientos sobre la imagen de las protagonistas latinoamericanas de series de televisión, susceptibles de incorporarse a la cultura mediática postfeminista.

5. ANÁLISIS Y RESULTADOS

Madre solo hay dos es la historia de Ana y Mariana, dos mujeres con diferencias socioeconómicas y educativas, que coinciden en un hospital popular para dar a luz a sus dos hijas:

Regina y Valentina¹⁰. Cuatro meses después descubren que las niñas fueron cambiadas en el cunero y deben intercambiarlas. Esta situación provoca desadaptación a las bebés y lleva a Mariana a vivir a casa de Ana, produciéndose situaciones que van de la comedia al melodrama, tejiendo una amistad entre dos mujeres aparentemente antagónicas. La narración se presenta en términos contrapuestos para ilustrar las diferencias socioeconómicas educativas, laborales y emocionales. Cabe añadir que la producción de la serie enfatiza estas diferencias mediante el uso de movimientos de cámara y edición. El análisis de la serie se sintetiza en siete tablas que incluyen las características del postfeminismo desarrolladas por Gill, con los respectivos ejemplos de construcción signíca: los recursos semióticos y las tres metafunciones multimodales que caracterizan al modo de la comunicación. La *tabla 1* se refiere al cuerpo.

La centralidad otorgada al cuerpo y su cuidado, especialmente al femenino, es una característica clave de la cultura postfeminista (Gill, 2017, p. 616). El recurso de la presentación de los dos personajes centrales a través de sus características físicas proporciona al espectador un primer indicio sobre cómo será su ubicación en el desarrollo de la trama. Diane Negra (2009) añade que el postfeminismo concede importancia a la formulación de un estilo de vida expresivo y a la capacidad de seleccionar los medios adecuados para lograrlo. Esto es evidente a través de los contrastes entre Ana y Mariana, así como en el exclusivo entorno en que se mueve la primera. Varias comedias y dramas románticos recientes con mujeres como protagonistas, trabajan para “manejar una contradicción cultural generalizada en la que las afirmaciones de las victorias femeninas deben cuadrarse con abundante evidencia de las pérdidas del feminismo” (Negra, 2009, p. 66). En esta primera característica se hacen evidentes no solo las diferencias de clase, sino también el prejuicio hacia la mujer que trabaja, así como las ventajas del género masculino en el desempeño de cargos de responsabilidad laboral. Finalmente, con respecto al contraste en las percepciones sobre la maternidad destaca el caso de Ana y “la difusión de estándares de calidad más allá del alcance como parte de la ideología postfeminista” (Negra, 2009, p. 120-121).

La *tabla 2* muestra el análisis multimodal de la vigilancia, segunda característica de Gill.

Además de vincularse con la característica previa, la vigilancia se relaciona con las miradas postfeministas de McRobbie y Gill a propósito de la búsqueda individual de

estructuras para organizar el proyecto de vida, así como la mirada postfeminista neoliberal ofrecida por Rottenberg. A los elementos considerados en la tabla, Alison Harvey añade que el grado intensivo de vigilancia es un proceso de normalización que pretende instruir a las mujeres en un rango de actividades desempeñadas a muy altos estándares pero sin ningún esfuerzo. “La forma en que esto se relaciona con el género hacia las mujeres es evidente en cómo en los textos de autoayuda el tema es principalmente femenino (Harvey, 2020, p. 94).

La *tabla 3* muestra los resultados del análisis multimodal sobre el autocontrol y el automonitoreo.

Vigilancia y autocontrol son dos características postfeministas que van de la mano ligadas al proyecto neoliberal individualista del sujeto, como medio para solucionar cierto tipo de problemas y lograr el equilibrio en situaciones que van desde el parto hasta la congelación de imágenes como recurso de producción para centrar la atención en un momento de la historia. Contrario a lo que se plantea en la realidad, el uso de la tecnología tiene un reducido papel escénico y una intervención siempre oportuna en las situaciones que encara. Este reducido papel escénico se manifiesta además en el desarrollo de la aplicación por parte de Mariana y Pablo, más como telón de fondo que como elemento central en el desarrollo de la historia.

La *tabla 4* presenta los resultados del análisis multimodal sobre la cultura y la subjetividad en la serie.

Cultura y subjetividad es producto de la confluencia entre el cuerpo físico, la vigilancia y el autocontrol-automonitoreo. Como se verá en las conclusiones, el cambio de imagen es una de las características que mayor presencia tiene en las audiencias por vía de la intertextualidad. El paso del protagonismo del objeto al protagonismo del sujeto es muy importante al interior de la cultura postfeminista y poco trabajado en la serie, que por ser una comedia explora más el físico de las protagonistas y las relaciones interpersonales como columna vertebral del relato.

La *tabla 5* se refiere al análisis multimodal de la vida afectiva del postfeminismo.

La vida afectiva es la característica con mayor peso en la trama de *Madre solo hay dos*. Amplía la importancia conferida al cuerpo y da sentido a la vigilancia y el autocontrol. De hecho, es la parte más compleja de la investigación, toda vez que supuso centrar la atención en la dialéctica postfeminismo-antifeminismo y la presencia de la lógica neoliberal del individualismo, el empoderamiento, las relaciones interpersonales, la manifestación de las triangulaciones y la presencia

10 El anexo I incluye la ficha técnica de *Madre solo hay dos*.

de los antagonismos. Pero también se trata de que los personajes centrales luzcan siempre resplandecientes, sin importar cómo se sientan realmente. Un aspecto que Gill conecta con el *capitalismo emocional* de Eva Illouz (2018, p. 364), en el que “las emociones se convirtieron en entidades a ser evaluadas, examinadas, discutidas negociadas y mercantilizadas”, como se muestra en los recursos semióticos que ilustran el desarrollo de las relaciones afectivas a lo largo de la serie.

La *tabla 6* ofrece los resultados del análisis multimodal sobre la inseguridad tóxica:

La inseguridad tóxica se maneja como contrapunto de la confianza y la cosmovisión planteada en su subjetividad. De acuerdo con Gill (2017, p. 619) se trata de enfatizar la “actitud mental positiva” y eliminar el pensamiento negativo. Los principales estados tóxicos, añade, son la duda y la baja autoestima. “Sin embargo, existe una profunda asimetría en esto: no se percibe una legalización paralela de la vulnerabilidad masculina, ni requiere de las afirmaciones de victimización”. No en balde Ana llora sola el “derrumbe de su mundo” frente a un Juan Carlos que reacciona furioso ante la infidelidad de su esposa y es ella quien se da cuenta de que él hizo lo mismo mucho antes.

Finalmente, la *tabla 7* muestra los resultados del análisis multimodal a la ironía y el conocimiento de la cultura, última característica del postfeminismo de acuerdo a Gill.

Para Diane Negra (2009, p. 32) en los estudios mediáticos se atribuye a la ironía el poder de neutralizar las representaciones ideológicas conservadoras. Pero la eficacia política del postfeminismo puede exigir que estos preceptos sean reconsiderados. Los ejemplos que ilustran esta característica, muy similares a otros consignados para el análisis, evidencian ante todo un clasismo que está presente a lo largo de toda la serie, sobre todo de Ana —excepcionalmente en Ceci— al resto de los personajes. Pero también está presente como reacción de la familia de Ana ante el peso conferido al trabajo y como reacción de ella ante las ironías de su familia. Finalmente, y en mucha menor medida, la ironía está presente en la forma en que Teresa se refiere a la bisexualidad de su hija: algo pasajero que luego se quita.

6. CONCLUSIONES

Detrás de la aplicación de las características que Gill atribuye a la sensibilidad feminista subyace la posibilidad de vincularlas a un estudio más amplio sobre el discurso de las mujeres protagonistas de las series de televisión y la incorporación de

los resultados al ámbito de la cultura mediática postfeminista en el contexto de la comunicación transcultural y la transnacionalización. Y, siguiendo a Ozkan y Hardt, Netflix podría ser la plataforma seleccionada para continuar la investigación. Por lo pronto el análisis a *Madre solo hay dos*, deja claro el lugar que cada característica de la sensibilidad postfeminista ocupa cada uno al interior del relato. Sin embargo, no todos tienen el mismo peso ni la misma presencia intertextual: mientras elementos como el cuerpo y la vida afectiva son prioritarios en la serie y se incorporan a buena parte de los discursos postfeministas —sobre todo prensa, televisión y redes socio-digitales— hay otros como cultura y subjetividad e inseguridad tóxica, cuya exploración mayor complejidad tanto a nivel multimodal como a nivel intertextual.

Estas diferencias pueden dar lugar a la selección previa de las series a analizar, así como a las sensibilidades postfeministas a explorar. De todo este trabajo previo de selección y análisis depende la calidad de los resultados susceptibles de incorporarse a este proceso e incluso ir más allá de los postulados iniciales de la cultura mediática postfeminista. En suma, el análisis del discurso multimodal es extenso, pero da cuenta de la complejidad de las relaciones entre personajes y de la complejidad de la ficción televisiva¹¹, así como de las posibilidades de los resultados obtenidos.

Sobre esto mismo, cabe destacar que durante los últimos años se ha registrado un incremento en la complejidad de la ficción televisiva; más personajes, más historias derivadas de cada personaje, más imbricaciones con la problemática inicial y mayores retos para construir modelos para el análisis del discurso. Las aportaciones de la semiótica social y la multimodalidad permiten dar cuenta de esta complejidad y describirla con toda su riqueza: primero, por el compromiso de incluir las condiciones de producción social del signo y su presencia a lo largo del serial. Segundo, por la inclusión en el análisis de los diversos modos comunicativos presentes en la selección de los signos que se incorporarán al ámbito de la producción cultural, en este caso sobre el discurso mediático postfeminista.

Este preámbulo nos lleva a los comentarios y observaciones finales del análisis a *Madre solo hay dos*, además de

11 La revisión del estado del arte sobre el tema arrojó varios trabajos elaborados desde la óptica del discurso mediático postfeminista (Gómez y Plaza, 2016; Marín, 2019; Pérez, 2018; Sánchez, 2009), la mayoría centrados en el análisis de los personajes centrales, todos susceptibles de incorporarse al cúmulo de conocimiento de la cultura mediática postfeminista. Reiteramos que la multimodalidad del discurso abre posibilidades para un análisis más exhaustivo al respecto, sobre todo porque a esta metodología se añaden las contribuciones de la comunicación transcultural.

los vertidos en las respectivas multimodalidades. Se trata de una comedia sin mayores pretensiones que el entretenimiento, aparentemente innovadora en línea temática y construcción de los personajes. Pero profundamente conservadora y estereotipada en la construcción y tratamiento de los personajes femeninos, que soslaya temas como las preferencias sexuales como parte de las relaciones afectivas, y la inseguridad tóxica como parte de la interacción cotidiana. En este sentido Sofía Ramos, colaboradora de la revista electrónica *35 milímetros*, en la serie se habla de todo, pero “no presenta un concepto nuevo dentro del género”. En otras palabras, hay coincidencias entre estos argumentos y los de Oskan y Hardt sobre las representaciones postfeministas en las series de Netflix seleccionadas para su análisis. Coincidencias que hablan de la pertinencia de dar continuidad a la investigación iniciada en 2019, buscando que las aportaciones se orienten hacia este sentido¹².

Estas conclusiones se vinculan con la transnacionalización y la comunicación transcultural. Retomando la definición proporcionada en la Introducción añadimos las afirmaciones de Andreas Hepp:

La idea (de transnacional) conserva el sentido de un estado-nación y su cultura nacional, pero enfatiza la existencia de fenómenos que no pueden ser contenidos por la simple interacción entre estados individuales, como implica el término “internacional”. El concepto clave de “comunicación transcultural” (...) va un paso más allá, argumentando que este enfoque no es simplemente otro nivel analítico en el estudio comparativo de la comunicación y los medios. “Transcultural” no solo se refiere a los procesos de comunicación entre culturas que involucran una orientación más fundamental vinculada con las consecuencias comunicativas de la globalización. Se trata de un concepto que involucra una reorientación más fundamental (Hepp 2015, pp. 29-30).

Para Hepp (2015, p. 30 y ss), esta reorientación implica la reconstrucción de tres campos discursivos con los que se relacionan los estudios transculturales: las consecuencias comunicativas de la globalización, la crítica del postcolonialismo y la reflexión metodológica producto del análisis comparativo. En este sentido, Simidele Dosekun (2020), introduce una

mediación al preguntarse dónde quedan para el postfeminismo las mujeres de color y otras minorizadas en Occidente, dando así la bienvenida en su campo a sujetos diversos y distanciados con capital material, discursivo e imaginativo. Se trata, añade, “de unirse a una hermandad global de mujeres elegantes, consumistas, empoderadas y con mentalidad individual que encuentran la libertad a través del consumo (Dosekun, 2020, p. 30).

Alison Harvey coincide con Dosekun sobre la insuficiencia del análisis de las culturas mediáticas postfeministas enfocado solo en mujeres blancas. El discurso postfeminista circula más allá de occidente, sostiene Harvey, “encontrando en las mujeres de Lagos, Nigeria¹³ un llamado a este discurso y señalando la importancia de adoptar un enfoque global transnacional de los estudios mediáticos postfeministas” (Harvey, 2020, p. 42). El argumento de Dosekun, según Harvey, significa que los estudios mediáticos postfeministas “no han captado adecuadamente la forma en que las mujeres viven en el Sur global están implicadas e incorporadas en las lógicas y figuraciones culturales postfeministas” (Harvey, 2020, p. 116-117).

Estos argumentos enmarcan y dan sentido a la forma en que Dosekun utiliza el término transnacional:

... para designar lo que excede y atravieso, pero por lo tanto niega las fronteras del estado —nación y la región; es un espacio de capas complejas construido por “conectividades heterogéneas e historizadas tales como las redes de medios, circuitos de mercancías y movimientos migratorios, a través de los cuales viajan significados, personas, prácticas, capital etc. (...) Pensando de esta manera, mi argumento no es que el posfeminismo sea simple o inexorablemente en todas partes, una formación cultural disponible o posible para todas las mujeres del mundo. Más bien, mi argumento es que el posfeminismo y sus sujetos están “esparcidos” o dispersos (Dosekun 2020, p. 31).

Como puede observarse, esta caracterización de Dosekun concuerda con la definición de transnacionalización que ofrecemos en la introducción de este trabajo. El resultado: ambas contribuyen a la articulación de la cultura mediática postfeminista en este proceso, contribuyendo así a la construcción de

12 Es decir, privilegiando la ficción con mujeres protagonistas y no continuar con el análisis de otros géneros que conforman la oferta programática de Netflix.

13 Lagos, Nigeria, es la ciudad donde Dosekun hizo su estudio sobre el postfeminismo.

una agenda temática —todavía pendiente— más allá de la presencia de las mujeres en las series de Netflix. Finalmente —y con respecto al tema que dio origen a este trabajo— la comunicación transcultural camina en el mismo sentido que la transnacionalización, buscando mayores aportaciones al cúmulo de conocimientos, en este caso sobre las series de televisión y la cultura mediática postfeminista, ahora con la inclusión de mujeres del Sur, e incluyendo además las aportaciones del análisis interseccional de los estudios mediáticos postfeministas. Y si bien el referente de la transnacionalización fue Netflix y su presencia en el mercado mexicano, la plataformización abre otras posibilidades incorporables a la investigación. Por último, en relación con avances previos sobre el tema, más centrados en la globalidad de las series televisivas, en este caso hemos procedido a la inversa: de lo local a lo global. De lo local hacia lo global abre las posibilidades de una mayor reflexión sobre la transnacionalización y su vinculación con procesos más amplios como la comunicación transcultural. El trabajo de Dosekun es una aportación al respecto.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcalá, Fabiola (2020). “La visualidad de los personajes femeninos en series de ficción mexicanas producidas por Netflix”, en *Televisión en tiempos de Netflix: una nueva oferta mediática*, Guillermo Orozco (ed.), 109-126. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Athique, Adrian (2016). *Transnational audiences*. Cambridge, U.K: Polity Press.
- Banet-Weiser, Sarah; Rosalind Gill y Catherine Rottenberg (2020). “Postfeminist, popular feminism and neoliberal feminism”. *Feminist Theory* 21 (1): 3-24. <https://doi.org/10.1177%2F1464700119842555>.
- Benassini, Claudia (2019). “Propuesta de análisis de las representaciones globales de las series televisivas desde la óptica de la comunicación transcultural”, *Razón y Palabra* 23 (104). <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1375/1338>.
- Benassini, Claudia (2021). “Street Food Latinoamérica: contribución de Netflix a la construcción de los imaginarios cosmopolitas transnacionales”, de próxima publicación en *Global Media Journal*, enero de 2022
- Bezemer, Jeff y Carey Jewitt (2009). “Social semiotics”, *Handbook of pragmatic* 13:1-14. <https://doi.org/10.1075/hop.13.soc5>.
- Cornelio Marí, Elia (2020). “Melodrama mexicano en la era de Netflix: algoritmos para la proximidad cultural”, *Comunicación y sociedad* (17):1-27. <https://doi.org/10.32870/cys.v2020.7481>.
- Darling Wolf, Fabienne (2015). *Imagining the global*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Dosekun, Simidele (2020). *Fashioning postfeminism: spectacular femininity and transnational culture*. Chicago: University of Illinois Press.
- Gallagher, Margaret (2014). “Media and the representation of gender”, en *The Routledge Companion to Media and Gender*, Cynthia CARTER; Linda STEINER Y Lisa Mclaughlin (eds.), 92-115. London: Routledge.
- Gauntlett, David (2008). *Media, gender and identity*. London: Routledge.
- Gill, Rosalind (2007) *Gender and the media*. Cambridge: Polity Press.
- Gill, Rosalind (2016). “Postfeminist? New feminist visibilities in postfeminist times”, *Feminist Media Studies* 16(4): 610-630. <https://doi.org/10.1080/14680777.2016.1193293>.
- Gill, Rosalind (2017). “The affective, cultural and psychic life of postfeminism: A postfeminist sensibility 10 years on”. *European journal of cultural studies* 20(6):606-626. <https://doi.org/10.1071/1773/6173657459449147177333003>.
- Giraldo, Isis (2019, noviembre 15). “Posfeminismo / Genealogía, geografía y contornos de un concepto”. *Debate Feminista* 59. <https://doi.org/10.22201/cieg.2594066xe.2020.59.01>.
- Gómez, Narcí y Juan F. Plaza (2016). “Nuevas formas de ser mujer o la feminidad después del feminismo”. *Oceanside* 9:1-14 <http://oceanside.netne.net/articulos/art9-7.pdf> (last accessed 06-07-21)
- González, Francisco y Esteban Herrera (2015). *Análisis crítico del discurso de los memes alusivos al debate sobre paramilitarismo en el Congreso de la República de Colombia*, Tesis de Maestría. Cali: Universidad del Valle, Facultad de Humanidades.
- Halliday, Michael (1978). *El lenguaje como semiótica social*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Hall, Stuart (2013). *The work of representation*. California: Sage.
- Harvey, Alison (2020). *Feminist media studies*. Cambridge: Polity Press.
- Hepp, Andreas (2015). *Transcultural communication*. New Jersey: Wiley Blackwell.
- Hernández, Mauricio (2021). “Netflix con sabor a México: apuesta por la industria audiovisual local”. *Forbes*

20. <https://www.forbes.com.mx/nuestra-revista-netflix-con-sabor-a-mexico-apuesta-por-la-industria-audio-visual-local/> (last accessed 09-11-21).
- Hodge, Bob (2017). *Social semiotics for a complex world*. Cambridge: Polity Press.
- Illouz, Eva (2012). *Intimidaciones congeladas*. México: Katz editors.
- Jewitt, Carey; Jeff Bezemer y Kay O'Halloran (2016). *Introducing multimodality*. London: Routledge.
- Kidd, Jenny (2016). *Representation*. London: Routledge.
- Kress, Gunther (2010). *Multimodality: a social semiotic approach to contemporary communication*. London: Routledge.
- Krijnen, Tonny y Sofie Van Bauwel (2015). *Gender and media: representing, producing, consuming*. London: Routledge.
- Lobato, Ramon (2019). *Netflix Nations: the geography of digital distribution*. New York: New York University Press.
- Lotz, Amanda (2017). *Portals: a teatrise on Internet distributed television*. Ann Arbor: Michigan Publishing.
- Marín, Esther (2019). "Más allá de Bechdel: The good wife, The good fight y Orange is the new black: la imagen de la mujer en las series de television feministas". *Universitas, Humanística* 87:25-49. <https://doi.org/10.111144/Javeriana.uh87.mbgw>.
- McRobbie, Angela (2004). "Postfeminism and popular culture". *Feminist media studies* 4(3): 11-23. <https://doi.org/10.1515/9780822390411-003>.
- McRobbie, Angela (2008). *The aftermath of feminism: gender, culture and social change*. London: Goldsmith College, University of London.
- Negra, Diana (2009). *What a girl wants?*. London: Routledge.
- Ozkan, Derya y Deborah Hardt (2020). "The strong female lead: postfeminist representati3n of women and femininity in Netflix shows". En *Female agencies and subjectivities in film and television*, D. Sezen, F. Cicekoglu, A. Tunc, E. Diken (eds.), 165-188. London; Palgrave-Macmillan.
- Pardo, Graciela (2016). *Introducci3n al an3lisis del discurso multimodal*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- P3rez, Thelma (2018). "Diversidad, empoderamiento y libre elecci3n: una mirada a representaciones de las mujeres en el spot *Bonafont fluye en ti* (2016)". *Azparkia* 33: 295-314. <http://dx.doi.org/10.6035/Asparkia.2018.33.17>.
- Pries, Ludger (2017). *La transnacionalizaci3n del mundo social: espacios sociales m3s all3 de las sociedades nacionales*. M3xico: El Colegio de M3xico.
- Ramos, Sofía (2021). "Madre solo hay dos: una comedia donde el feminismo y diversidad pintan mucho". *35 milímetros*. <https://35milímetros.es/madre-solo-hay-dos-una-comedia-donde-el-feminismo-y-la-diversidad-pintan-mucho/> (last accessed 11-09-21)
- Riley, Sarah; Adrienne Evans; Sinikka Elliot y Jeanne Marecek (2017). "A critical review of Postfeminist sensibility", *Social and personality psychology compass*. <https://doi.org/10.1111/spc3.12367>.
- Rottenberg, Catherine (2018). *The rise of neoliberal feminism*. Oxford: Oxford University Press.
- S3nchez, Carolina (2009). "Confesiones de una posfeminista: nuevos roles de mujer en la cultura popular contempor3nea". *Revista de Historia de la Universidad de Sevilla* 24: 90-100. <http://hdl.handle.net/11441/26976>.
- Van Dijk, Teun (2000). "El estudio del discurso", en *El discurso como estructura y como proceso* Dijk Van (ed.), 21-66. Barcelona: Gedisa.

APÉNDICE

Tabla 1

Signo semiótico ¹⁴ cuerpo	Recursos semióticos	Modo
<p>Ana el personaje principal, dueña de un atractivo físico que se muestra al espectador mediante los movimientos de cámara y el contraste con otros personajes femeninos.</p> <p>Mariana dice tener 23 años; poco interés en su presentación. Menor énfasis de las cámaras en la exposición de su aspecto físico y énfasis en el vocabulario.</p> <p>Ana y Mariana: los hilos conductores de la historia. Unidas por la similitud entre los nombres, el nacimiento de sus hijas, la necesidad de Ana de tener a Mariana en su casa, los tropiezos rumbo a la construcción de una amistad sólida, el desencanto final que se suma a su problema de salud y a una segunda temporada</p>	<p>Movimientos de cámara: cuerpo entero, cintura y cara, en armonía con ambientes interiores y exteriores. Mariana: abundan los planos medios.</p> <p>Ana: forma de vestir, interacción con los personajes: familia, trabajo, conflictos. Ana sola con sus problemas.</p> <p>Ana y Mariana: diferencias evidentes entre ambas, en apariencia física y edad, forma de vestir, modales. Primer indicio para la presentación de otros rasgos de la sensibilidad postfeminista, como el viaje a Valle de Bravo.</p>	<p>Metafunción ideacional: presentación de los dos personajes centrales; las diferencias físicas como evidencia de diferencias más profundas.</p> <p>Metafunción interpersonal: Ana y Mariana se dirigen a las audiencias y al resto de los personajes mostrando todas sus facetas.</p> <p>Metafunción textual: los movimientos de cámara y los diálogos muestran las diferencias entre Ana y Mariana, resaltando sus cualidades y defectos en los ambientes en que se desenvuelven.</p>

TABLA 1. MULTIMODALIDAD DEL CUERPO EN MADRE SOLO HAY DOS

Tabla 2

Signo semiótico ¹⁵ vigilancia	Recursos semióticos	Modo
<p>Ana: Diferencias con la familia, empleadas domésticas, compañeros de trabajo, su relación con Mariana. El desarrollo de Regina, la bebé que intercambié.</p> <p>Mariana: Cuidado de las dos bebés por una razón afectiva. Con Teresa, su mamá, quien le oculta hechos relacionados con su padre; la vigilancia se agudiza cuando descubre que ha sido amante de Juan Carlos, esposo de Ana.</p> <p>Ana y Mariana: La crianza de las niñas es el pretexto para que mantengan una actitud vigilante una hacia la otra.</p>	<p>Movimientos de cámara que dependen de las situaciones en que están juntas o en relación con los otros personajes. Diálogos que ambas sostienen con quienes mantienen la actitud vigilante.</p> <p>Ana: gestión de las actividades domésticas; en su trabajo sobre todo la relación con jefes, clientes, asistentes y Pablo, su rival en la empresa.</p> <p>Mariana: únicamente coincide con su madre en el parto. Ambas tienen una relación tensa, llena de desacuerdos. La interacción transcurre en espacios cerrados, sobre todo la casa y el trabajo de Teresa.</p> <p>Ana y Mariana: Valle de Bravo organizado por Ana, pretexto para la convivencia; se convierte en una oportunidad para mostrar secretos ocultos y triangulación de relaciones.</p>	<p>Metafunción ideacional: presentación de los personajes centrales en sus actividades cotidianas. Ana esposa, madre, gestora del hogar, en el trabajo; vigilando la crianza de Valentina a costa de sus padres. Contraponiendo a Ana, Mariana pendiente de las niñas; su relación con Pablo, Teresa y Elena.</p> <p>Metafunción interpersonal: presentación de distintos momentos en que ambas ejercen su actividad vigilante entre las personas que las rodean. Dos tipos de relaciones interpersonales: al interior del relato y para las audiencias.</p> <p>Metafunción textual: complemento del papel atribuido al cuerpo en el discurso postfeminista. Presentación de Ana y Mariana en interacción con los personajes más cercanos de la historia.</p>

TABLA 2. MULTIMODALIDAD DE LA VIGILANCIA EN MADRE SOLO HAY DOS

14 Fuente de poder de las mujeres. Requiere de cuidados para ajustarse a los juicios cada vez más estrechos. En el paisaje hipervisible de la cultura popular el cuerpo se reconoce como producto del trabajo de las mujeres: su activo, su producto, su marca y su puerta de entrada al empoderamiento en una economía de mercado neoliberal (GILL, 2017, p. 616).

15 Creciente interés por la "vigilancia horizontal" o la "vigilancia entre pares" para el control de la apariencia y el comportamiento de los demás a través de una mirada homosocial caracterizada simultáneamente por el afecto y las crueldades normativas (mirada postfeminista específica) (GILL, 2017, p. 616-617).

Tabla 3

Signo semiótico autocontrol y automonitoreo ¹⁶	Recursos semióticos	Modo
<p>Ana y Mariana: relación con la tecnología como medio para lograr un fin (desempeño en la casa y el trabajo; vigilar a Pablo; como medio de comunicación, tomar fotos).</p> <p>Ana: domina el <i>waze</i>; coordina sus actividades mediante el teléfono móvil o la tableta. Exploración mamaria síntoma de un problema.</p> <p>Mariana: traslado de estos signos semióticos a la evolución de las niñas; trabaja en el desarrollo de una <i>app</i> para mamás primerizas</p>	<p>Ana y Mariana: uso del teléfono móvil como trabajo escénico. Las aplicaciones móviles permiten manejar situaciones de la vida cotidiana con las que se identifica el espectador: <i>waze</i>, mensajes por <i>whatsapp</i>, circulación de fotografías etc.</p>	<p>Metafunción ideacional: el autocontrol y la tecnología como medios para lograr un fin relacionado con el equilibrio familiar, el bienestar, el desarrollo personal y las relaciones sociales.</p> <p>Metafunción interpersonal: la tecnología une a las personas con determinados propósitos sin invadir el espacio escénico.</p> <p>Metafunción textual: Complemento de las tres características anteriores. Construcción de significados a través de la edición; la tecnología como vínculo con las demás características de la sensibilidad postfeminista</p>

TABLA 3. MULTIMODALIDAD DEL AUTOCONTROL Y EL MONITOREO EN MADRE SOLO HAY DOS

Tabla 4

Signo semiótico cultura y subjetividad ¹⁷	Recursos semióticos	Modo
<p>El cambio se centra en el requisito para la resolución de los problemas que atraviesan los personajes.</p> <p>Ana y Juan Carlos deciden ir a terapia para mejorar su relación. Esto deriva en la toma de las riendas de la casa por parte de Juan Carlos.</p> <p>Ana y Mariana: Bautizo de las niñas como inicio de una nueva etapa en la <i>familia</i> que ha formado la primera.</p> <p>Ana y Mariana: temor ante el destete de las bebés ante el cambio de escenario y el enfrentamiento a una nueva realidad.</p>	<p>Escenificación de los relatos (las narraciones de Mariana a Ana sobre su relación con Pablo).</p> <p>Economía del relato a favor de la producción: elipsis mediante la edición para ilustrar los cambios. Énfasis en el ritual del bautizo hacia “una nueva vida” de los personajes involucrados y a una nueva temporada de la serie.</p> <p>Ana: resuelve los problemas a su favor: la crianza de Valentina con la presencia de Mariana. Ascenso en el trabajo con resultados inesperados para ella, tanto familiar como profesionalmente.</p> <p>Mariana: va a vivir a casa de Ana para no ir a Tepoztlán y estar cerca de Valentina. Busca a su padre para conocerlo y relacionarse con él. Corta su relación con Teresa, Pablo y Elena para concentrarse en Ana y las niñas.</p>	<p>Metafunción ideacional: presentación del “cambio de imagen” como vía de solución a los problemas planteados en la trama.</p> <p>Metafunción interpersonal: conferir un nuevo sentido a las relaciones por mediación de los cambios.</p> <p>Metafunción textual: vinculación con la vigilancia; la resolución de problemas y el cambio en busca de la estabilidad. Nuevas formas de relacionarse.</p>

TABLA 4. MULTIMODALIDAD DE LA CULTURA Y SUBJETIVIDAD EN MADRE SOLO HAY DOS

16 Importancia creciente de la auto-vigilancia. Rasgo identificado por la cultura digital. Proliferación de aplicaciones que buscan el mejoramiento físico y mental; para editar selfies. Son parte de la preocupación por el autocontrol, lo que facilita el escrutinio intensivo y la cuantificación de indicadores de salud, estado de ánimo, peso, calorías, consumo, ciclos menstruales, actividad sexual etc. Preocupación por ellas mismas y sus parejas (lo hacemos extensivo a sus hijos). Desempeño de todas las obligaciones a muy altos estándares, pero sin ningún signo de esfuerzo. Vinculación de estos asuntos con los textos de autoayuda (GILL, 2017, p. 617).

17 El paradigma del cambio de imagen; se extiende a hogares, jardines, crianza de los hijos, citas, sexo. Habla de un “enfoque en lo psicológico” como requisito para transformarse y remodelar la vida interior. La confianza como imperativo de la cultura contemporánea. Búsqueda de soluciones en uno mismo en lugar de cambiar al mundo. Forma de abordar la injusticia social centrándose en cualidades personales como la confianza o la resiliencia (GILL, 2017, p. 617-618).

Tabla 5

Signo semiótico vida afectiva del postfeminismo ¹⁸	Recursos semióticos	Modo
Ana y Mariana: del contraste a la amistad estrecha al enamoramiento. Ocultar sentimientos o fingir, sobre todo Ana.	<p>Ana y Mariana: diálogos entre ambas en el hospital, la demostración de las diferencias: en la crianza de las hijas; en las opciones de entretenimiento. Ana hace más confidencias a Mariana. La evolución de las niñas es un recurso para mostrar el paso del tiempo.</p> <p>La relación con las hijas: cada una tiene una mirada diferente sobre la crianza; Mariana tiene una relación más cercana, mientras Ana se queja de que “no ha logrado sacarle una sonrisa a su hija.</p> <p>Ana y Juan Carlos: relación de pareja con diferencias y con omitir información: ella su permanencia en el trabajo, él su infidelidad. Él no quiere que trabaje, pero “lo único que quiere es que sea feliz”; terapia como forma de mejorar su relación; para ella la felicidad es el trabajo. Relación de estira y afloja que culmina con la infidelidad de ambos en situaciones distintas.</p> <p>Ana y su familia: extensión de la vigilancia, relación distante con los hijos que se hace más evidente por la complicidad que Ceci y Rodrigo construyen con Mariana.</p> <p>Ana en su trabajo: extensión de la vigilancia y el autocontrol. Relación competitiva que se evidencia en la necesidad de ser la mejor y la primera en el desempeño de las actividades.</p> <p>Ana y Pablo: prevalece la desconfianza en la manera en que él podría cuidar a Regina. Ana es incapaz de ver que Ceci se ha enamorado de Pablo.</p> <p>Mariana y Teresa: extensión de la vigilancia. Teresa no logra conciliar los intereses de su hija con los suyos. No hay empatía y la desconfianza se incrementa cuando Mariana se entera de la relación entre Teresa y Juan Carlos.</p> <p>Mariana y sus parejas: relación ambivalente, aunque plantean una posible sociedad para el desarrollo de la aplicación. Pablo y Elena se sienten más atraídos hacia Mariana, cuya bisexualidad cobra sentido hasta el final de la primera temporada de la serie.</p>	<p>Metafunción ideacional: presentar y representar las vidas afectivas de las protagonistas y su relación con el resto de los personajes.</p> <p>Metafunción interpersonal: presentación de las relaciones afectivas del postfeminismo: interacción de valores: entre personajes y hablando a la audiencia: incorporación a la cultura mediática postfeminista.</p> <p>Metafunción textual: va relacionando cada una de las partes del relato (características de la feminidad) con énfasis en el manejo de valores a través de las relaciones interpersonales.</p>

TABLA 5.- MULTIMODALIDAD DE LA VIDA AFECTIVA DEL POSTFEMINISMO EN MADRE SOLO HAY DOS

18 Si la cultura postfeminista incita al sujeto a trabajar, también funciona al intentar moldear qué y cómo las mujeres pueden sentir y cómo deben presentar sus estados emocionales. Las reglas de sentimiento neoliberales o postfeministas dan forma a cómo se permite que las mujeres jóvenes sean y se sientan, su dolor y lucha deben traducirse en anécdotas seguras, divertidas y agradables, La sensibilidad postfeminista da forma a la cultura, a la conducta y a la vida psíquica, además de producir una estructura de sentimiento distintiva, en la que las mujeres deben negar, o al menos hacer agradable una amplia gama de experiencias y emociones, especialmente inseguridad, necesidad, ira y queja. (Gill, 2017, p. 618-619),

Tabla 6

Signo semiótico inseguridad tóxica ¹⁹	Recursos semióticos	Modo
<p>Ana y Mariana: las niñas en el centro de sus vidas, aunque de forma diferente; cada una siente como suya a la niña que entregó.</p> <p>Provocan situaciones tóxicas con sus parejas. La primera, por la prioridad de su trabajo; la segunda, ante el rechazo inicial de Pablo a la paternidad y por una relación poco clara con Elena.</p> <p>Ana insegura se protege bajo la coraza de la exigencia con la familia; <i>juegos y dinámicas</i> para evitar la convivencia con los demás. En el escenario del cambio, no quiere alejarse de Mariana y Valentina ante la incertidumbre de lo que podría venir.</p>	<p>Mariana sacándose la leche en momentos de convivencia con amigos y parejas. Mariana insegura de mostrarse en traje de baño; temor a mostrar sus sentimientos frente a sus parejas.</p> <p>Ana miente a Juan Carlos para evitar que Mariana y Regina se vayan de su casa.</p> <p>Ana busca transmitir seguridad y confianza a las bebés en la alberca de Valle de Bravo. También busca transmitir confianza a Mariana: “Confía en mí”, “tienes que confiar en mí”, reitera, de cara a las inseguridades de Mariana.</p>	<p>Metafunción ideacional: presentación y representación de la inseguridad presente en las dos protagonistas.</p> <p>Metafunción interpersonal: importancia de las relaciones tóxicas en la evolución y resolución de la trama.</p> <p>Metafunción textual: entramado de la inseguridad tóxica con la importancia del cuerpo, la vigilancia, el autocontrol y la vida afectiva de las protagonistas.</p>

TABLA 6.- MULTIMODALIDAD DE LA INSEGURIDAD TÓXICA EN MADRE SOLO HAY DOS

Tabla 7

Signo semiótico ironía y conocimiento de la cultura ²⁰	Recursos semióticos	Modo
<p>La ironía es un recurso muy importante para evidenciar los antagonismos entre personajes. Opera sobre todo entre Ana y su familia como recurso para evidenciar el clasismo, el resentimiento y la falta de acuerdo entre personajes.</p>	<p>Ceci: ¿a quién se le ocurre venir a parir aquí?</p> <p>Teresa: Mariana y Elena son pareja: eso nos pasa a todas, luego se quita.</p> <p>Ana a Mariana: a (Regina) no le va a costar mucho trabajo tener más clase que la fachosa de su madre.</p> <p>Mariana a Ana: Lo fachoso se quita, pero lo mamón...</p> <p>Ceci y Rodrigo: ¡Qué bueno que vas a regresar a trabajar!</p> <p>Ana a sus hijos: Crítica constructiva como área de oportunidad</p>	<p>Metafunción ideacional: empleo de un recurso estratégico para expresar un estado de ánimo.</p> <p>Metafunción interpersonal: representación de estados de ánimo de los personajes en lugar de mostrar su desacuerdo frente a ciertas situaciones.</p> <p>Metafunción textual: estrategia empleada por la producción como complemento en la construcción de mundos sociales.</p>

TABLA 7.- MULTIMODALIDAD DE LA IRONÍA Y EL CONOCIMIENTO DE LA CULTURA EN MADRE SOLO HAY DOS

19 El requisito de que las mujeres repudien la vulnerabilidad y la necesidad es evidente en la investigación contemporánea sobre el asesoramiento sexual. Si la confianza es la nueva sexy la inseguridad es la nueva fea, al menos cuando se presenta en las mujeres, profundamente asimétrico ya que no hay una regularización de la vulnerabilidad masculina (Gill, 2017, p. 619).

20 Operar en la cultura posfeminista como estrategias para expresar comentarios sexistas, homófobos o racistas al tiempo que se insiste en que eso no es lo que se quiere decir.

ANEXO

Ficha técnica de *Madre solo hay dos*

Año	2021
Fecha de lanzamiento	20 de enero de 2021
Duración	Nueve en la primera temporada
Duración por capítulo	38 minutos
País	México
Dirección	Carolina Rivera, Fernando Sariñana (creadores), Kenya Márquez, Sebastián Sariñana, Fernando Sariñana
Guion	Carolina Rivera y Fernando Sariñana
Música	Ximena Sariñana, Dan Zlotnik, Camilo Froideval
Fotografía	Mario Gallegos
Reparto	Ludvika Paleta (Ana), Paulina Goto (Mariana), Martín Altomaro (Juan Carlos), Liz Gallardo (Teresa), Javier Ponce (Pablo), Oka Giner (Elena), Dalexa Meneses (Ceci), Emilio Beltrán (Rodrigo), Zaide Silvia Gutiérrez, Roy Verdiguél, Samantha Orozco
Productora	Perro Azul
Distribuidora	Netflix

FUENTE: NETFLIX