



Universidad
Nacional
de Córdoba



FCC
Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Universidad Nacional de Córdoba
Facultad de Ciencias de la Comunicación

BIBLIOTECA OSCAR GARAT

LA DEMOCRATIZACIÓN DE LOS CUERPOS

**La construcción de las corporalidades disidentes en el discurso ciberactivista de la campaña
#HermanaSoltáLaPanza**

Sofía Verónica Manera

Maria Casadio

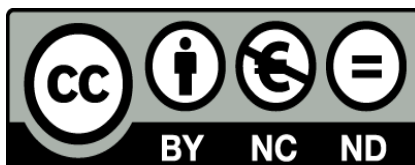
Cita sugerida del Trabajo Final:

Manera, Sofía Verónica; Casadio, Maria. (2023). “La democratización de los cuerpos. La construcción de las corporalidades disidentes en el discurso ciberactivista de la campaña #HermanaSoltáLaPanza”. Trabajo Final para optar al grado académico de Licenciatura en Comunicación Social, Universidad Nacional de Córdoba (inédita).

Disponible en Repositorio Digital Universitario

Licencia:

Creative Commons Atribución – No Comercial – Sin Obra Derivada 4.0 Internacional





Universidad
Nacional
de Córdoba



FCC
Facultad de Ciencias
de la Comunicación

TRABAJO FINAL DE GRADO

LA DEMOCRATIZACIÓN DE LOS CUERPOS

***La construcción de las corporalidades disidentes en el discurso
ciberactivista de la campaña #HermanaSoltáLaPanza***

Alumnas:

Manera, Sofía Verónica: 42.246.204

Casadio, Maria: 39.932.153

Licencia Creative Commons:

[Atribución - No comercial - Sin Obra Derivada 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



Trabajo final de grado

AGRADECIMIENTOS

A nuestras familias por el apoyo incondicional, el amor y la contención durante toda la carrera y sin quienes llegar acá no hubiese sido posible,

a nuestros amigos y amigas por las palabras de aliento, las risas y la compañía,

a nuestra directora Mariana Palmero por ser nuestra guía en todo este proceso e inspirarnos a siempre ver más allá,

a Celeste Falcón por habernos acompañado desde el primer hasta el último momento en este proyecto,

a la querida Universidad Nacional de Córdoba por brindarnos la posibilidad de formarnos humana y profesionalmente,

y a todas las mujeres, niñas y adolescentes que alguna vez pusieron en duda su valor con motivo de sus cuerpos,

les dedicamos este trabajo.

ABSTRACT

El presente Trabajo Final está destinado a la obtención del grado académico de Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Córdoba. Aborda como tema de investigación el estudio de los sentidos en relación a las corporalidades disidentes, que fueron construidos en el discurso de ciberactivismo #HermanaSoltáLaPanza, impulsado por @MujeresQueNoFueronTapa en Instagram.

Más allá de la materialidad del cuerpo en sí mismo, entendemos que éste se encuentra atravesado por imaginarios sociales. Las corporalidades implican discursos sobre quiénes somos y cómo nos representamos. Existen códigos discursivos y convenciones sociales mediante las que el género se vehicula corporalmente y que se relacionan con los imaginarios sobre lo que se considera bello, aceptable o deseable.

Bajo esa consideración, este trabajo aborda el estudio de caso desde el análisis del discurso. Se trata de una investigación de tipo descriptiva que trabaja metodológicamente recuperando la perspectiva de los estudios semióticos de Eliseo Verón y la que ofrecen los estudios sobre los ecosistemas digitales. Para conformar el corpus de estudio se recopilan y sistematizan las publicaciones que pertenecen a la cuenta de Instagram @MujeresQueNoFueronTapa y que refieren explícitamente al discurso #HermanaSoltáLaPanza.

Palabras claves: Ciberactivismo - Corporalidad - Disidencia - Feminismo

0. ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	6
1.1. Desarrollo y abordaje de la problemática.....	7
1.2. Objetivos.....	7
1.3. @MujeresQueNoFueronTapa.....	8
2. MARCO REFERENCIAL.....	15
2.1. Estado del arte.....	15
2.2. Un contexto feminista.....	17
2.3. El activismo gordo en Argentina.....	20
3. MARCO TEÓRICO.....	26
3.1. Cibercultura.....	26
3.1.1. Las comunidades digitales.....	27
3.1.2. Los prosumidores.....	32
3.1.3. El impacto de la tecnología en los modos de construcción de la realidad.....	34
3.1.4. Las redes sociales en el ecosistema cibercultural.....	38
3.2. Ciberactivismo.....	43
3.2.1. Introducción al activismo.....	43
3.2.2. Implicancias del ciberactivismo.....	44
3.3. La corporalidad en torno a espacios disciplinadores.....	49
3.3.1. Cuerpos sociales.....	50
3.3.2. La normalización de los cuerpos.....	54
3.3.3. La construcción de un contradiscurso: el body-positive.....	60
4. MARCO METODOLÓGICO.....	65
4.1. Perspectiva metodológica.....	65
4.2. #HermanaSoltáLaPanza.....	67
4.3. Relevamiento y clasificación del corpus.....	69
5. ANÁLISIS.....	72

5.1. #HermanaSoltáLaPanza como discurso político.....	72
5.1.1. Las condiciones de producción del discurso.....	73
5.1.2. Un discurso político dentro de un ecosistema digital: #HermanaSoltáLaPanza como discurso ciberactivista.....	75
5.1.2.1. La comunidad virtual puesta en acción.....	76
5.1.3. El discurso político y la configuración de los destinatarios.....	79
5.2. La construcción discursiva de los cuerpos.....	87
5.2.1. La construcción de los sentidos hegemónicos sobre la corporalidad.....	87
5.2.2. Normativización de los cuerpos hegemónicos.....	89
5.2.2.1. La familia y amigos.....	89
5.2.2.2. El discurso médico.....	92
5.2.2.3. Los medios masivos de comunicación.....	93
5.2.3. La construcción de la mirada hegemónica sobre los cuerpos disidentes.....	95
5.2.3.1. Vivir la disidencia: la negación del disfrute.....	98
5.2.4. La construcción del contradiscurso: nuevos sentidos en torno a la disidencia	100
5.2.4.1. Cuestionamiento de la normatividad.....	102
5.2.4.2. El reconocimiento de la otra corporalidad.....	106
6. CONCLUSIONES FINALES.....	112
6.1. Las condiciones de producción.....	112
6.2. La configuración de los destinatarios.....	113
6.3. Formas de denominar la situación corporal y de abordar la disidencia desde la interpelación política.....	115
7. BIBLIOGRAFÍA.....	118
8. ANEXO.....	128

1. INTRODUCCIÓN

A través de las redes sociales y plataformas digitales se han ido desarrollando movimientos ciberactivistas, en los que se moviliza a la opinión pública para defender distintas causas. No hay manifestaciones o discursos en plazas ni movilizaciones o protestas en las calles. En cambio, se utilizan vídeos, fotografías, foros de debate, *hashtags*, correos electrónicos y podcasts para crear una comunidad unida en torno a una idea.

Los espacios digitales y las redes sociales se han convertido en puntos de encuentro virtuales de personas de toda procedencia social y sin límites geográficos, al romperse las barreras físicas que pudiesen distanciarlas en el mundo real. Millones de personas pueden conectarse para debatir, reflexionar y difundir de manera masiva un mensaje para darle visibilidad.

En el presente trabajo destinado a la obtención del grado académico de Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Córdoba, nos propusimos realizar un análisis socio-semiótico del discurso político #HermanaSoltáLaPanza, llevado a cabo por Maria Laura Pasquinelli en la cuenta de Instagram @MujeresQueNoFueronTapa.

Es de nuestro interés analizar este discurso ya que, en tanto posee un carácter ciberactivista, busca romper con la verdad estandarizada sobre la corporalidad. Argentina es el segundo país con más casos de Trastornos de la Conducta Alimentaria. En este contexto, entendemos que la producción masiva y colaborativa de un discurso que pone el foco sobre la vivencia de la disidencia es clave para visibilizar esta problemática. Consideramos de importancia por lo tanto los sentidos transmitidos en este discurso sobre las corporalidades hegemónicas y disidentes.

La temática seleccionada resulta un aporte pertinente para el campo de los estudios comunicacionales ya que se trata de un caso de ciberactivismo en Instagram. En el marco de los estudios sobre los nuevos medios y el auge de las redes sociales como espacios de producción y circulación de nuevas prácticas comunicativas y discursivas, se presenta como una manifestación política del movimiento *body positive* y del feminismo en redes sociales. Se trata del análisis de estos nuevos espacios para manifestaciones políticas en torno a temáticas -como la corporalidad- que nos atraviesan a todos.

1.1. Desarrollo y abordaje de la problemática

En la sociedad contemporánea gracias a las nuevas tecnologías, las redes sociales se vuelven el escenario de expresiones y manifestaciones de carácter político en el que se evidencian juicios de valor, creencias y experiencias que trascienden la esfera privada.

A partir de ello, este trabajo se propone como **tema de investigación** el estudio de los sentidos en relación a las corporalidades disidentes, que fueron construidos en el discurso de ciberactivismo #HermanaSoltáLaPanza, impulsado por @MujeresQueNoFueronTapa en Instagram.

Basándose en ello, las **preguntas de investigación** son: ¿Cuáles son las formas de denominar a la situación corporal que se aplican en la campaña #HermanaSoltáLaPanza en tanto discurso político? ¿Cómo se aborda la disidencia desde la interpelación política? ¿Cómo se configuran los destinatarios en tanto se trata de un discurso político? ¿Cuáles son las condiciones de producción en que se construye este discurso?

Desde una perspectiva metodológica, esta investigación se enmarca desde un enfoque descriptivo y trabaja con las herramientas que nos propone la perspectiva socio-semiótica. Específicamente, se analizará el discurso que se articula a través de la campaña #HermanaSoltáLaPanza desde una mirada socio-semiótica recuperando la perspectiva propuesta por Eliseo Verón (1988, 1993, 2004). Esta elección metodológica nos ofrece una valiosa oportunidad para explorar la materialidad del sentido en el discurso, permitiéndonos profundizar en la comprensión de cómo las expresiones y mensajes dentro de esta comunidad virtual construyen significado y representan conceptos relacionados con la imagen corporal y otros aspectos sociales.

1.2. Objetivos

A partir de lo planteado previamente, configuramos los objetivos de este trabajo de investigación del siguiente modo:

Objetivo general:

- Describir los sentidos respecto a las corporalidades disidentes, que se construyen en el discurso de ciberactivismo #HermanaSoltáLaPanza, impulsado por @MujeresQueNoFueronTapa, en Instagram.

Objetivos específicos:

- Describir las formas de denominar a la situación corporal que se aplican en el discurso #HermanaSoltáLaPanza en tanto discurso político;
- Reconocer las formas en que se aborda la disidencia desde la interpelación política;
- Identificar la forma en que se configuran los destinatarios al ser un discurso político;
- Reconocer cuáles son las condiciones de producción en que se construye este discurso político.

1.3. @MujeresQueNoFueronTapa

María Laura Pasquinelli es una artista visual, abogada y comunicadora argentina. En 2015, funda Mujeres Que No Fueron Tapa, un movimiento de arte y activismo que visibiliza la manera desigual en la que los medios de comunicación muestran la imagen de hombres y mujeres.

Nace como un proyecto para denunciar cómo la cultura masiva construía una concepción hegemónica en torno al ideal femenino de belleza, que luego los medios de comunicación reproducían a través de las tapas de las revistas. Pasquinelli se cuestiona qué cuerpos son considerados como “mostrables” y qué historias como “contables”, qué mensaje se está comunicando a la sociedad y qué intención hay detrás de ellos. Sostiene:

“Lo que sucede con las revistas, es que la imagen es siempre la misma: mujer joven, delgada, blanca, sexualizada y semidesnuda hablando siempre de los mismos temas: amor romántico heterosexual, el deseo de tener hijos y *tips* de belleza. Al otro lado tenemos la representación de la masculinidad, dónde el

cuerpo y la apariencia física no tiene esa centralidad” (TEDx Talks, 2017. 1m. 08s.).

Para ella, la imagen de las mujeres y los hombres en revistas y los demás medios de comunicación es un reflejo de la realidad que se presenta en los distintos espacios sociales. La activista afirma: “En las mismas revistas que no aparecemos tampoco ocupamos esos espacios en política, economía o negocios” (TEDx Talks, 2017. 4m. 18s.).

Uno de los objetivos principales de este proyecto, es romper con los estereotipos que priman en el imaginario social. La activista considera que “la desigualdad estructural entre los géneros, producen cuerpos que reproducen esa violencia y esa desigualdad” (Facultad de psicología UNC; 2021 11 min 40 seg.). Cree que no se trata de experiencias individuales de sumisión de los cuerpos de las mujeres, sino de un sistema de opresión que ha institucionalizado dicha desigualdad de género.

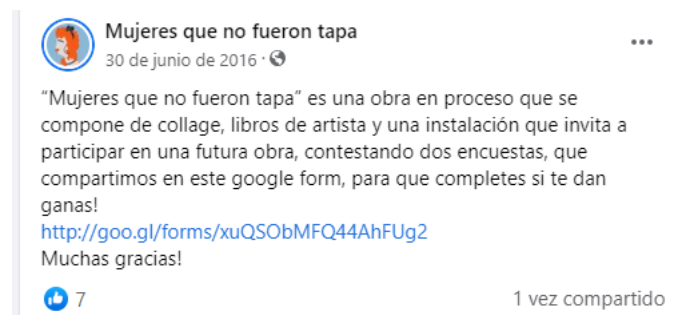
Con este movimiento, Pasquinelli llevó a cabo varios encuentros en los que a través de charlas y producciones artísticas, se debatía sobre la representación de las mujeres. Entre las actividades que se llevaban a cabo, se encontraba la realización de collages con pedazos de páginas de las revistas. La unión de los distintos recortes construían imágenes de mujeres. De este modo, se apuntaba a reformular artísticamente el modelo de mujer que se presentaba en las tapas de revistas.



(TEDx Talks, 2017)

De acuerdo a Pasquinelli, la realización de estas imágenes tienen como objetivo último lograr un impacto en el imaginario colectivo. Se para plenamente desde el activismo social con la idea de lograr un cambio en la imagen que se muestra de la mujer. Explica: “No están las mujeres que yo quiero ver, las mujeres que necesitamos ver, las mujeres que necesitan ver las chicas que vienen atrás nuestro. Entonces quizás que puedo hacerlas, quizás que puedo hacer algo con eso” (TEDx Talks; 2017; 4m 54s.).

El 29 de junio de 2016, la activista crea la página de Facebook de “[Mujeres que no fueron tapa](#)”. Sus publicaciones estaban relacionadas a la desigualdad en el tratamiento mediático que se le daba a los temas de género, a la imagen que se construía en torno a las mujeres y cuáles eran los valores y temas con los que se las vinculaba.



*(Mujeres que no fueron tapa, 2016)*¹

Cada uno de los posts realizados eran una invitación a los usuarios a debatir. A diferencia de los encuentros en donde lo que se buscaba era modificar las tapas de las revistas a través de los distintos recortes, en la página de Facebook lo que se buscaba era analizarlas.

En los posts se explicaba que para los hombres formar parte de la tapa de una revista es mucho más sencillo que para las mujeres. Para los hombres, se toma como parámetro los criterios básicos de noticiabilidad (que sea novedoso, actual, de interés humano y próximo). No entran en juego su corporalidad ni su edad. En cambio, en el caso de las mujeres se denuncia que, para que puedan estar en la tapa de una revista, el primer parámetro -y quizás el único- que se tiene en cuenta está relacionado a sus corporalidades y a su edad. Pasquinelli explica:

¹ Mujeres que no fueron tapa (30 de junio de 2016) “*Mujeres que no fueron tapa*” es una obra en proceso que se compone de collage, libros de artistas y una instalación que invita a participar en una futura obra” [Archivo de imagen] Facebook. Recuperado de: https://www.facebook.com/mujeresquenofuerontapa/posts/1582600172039360?locale=es_LA

“Los hombres aparecen vestidos, con la ropa que usan en la cotidianidad. Son muy distintos entre sí; hay hombres flacos, gordos, jóvenes, viejos, pelados, con pelo, la piel es la piel. Los hombres se ven en las revistas, se ven en los medios, se ven como son. Nosotras las mujeres no nos vemos” (TEDx Talks, 2017. 2m. 41s.).

Ejemplos de ello son los casos compartidos en la cuenta de Paula Pareto y de Yusra Mardini. Ambas tuvieron publicaciones en distintos medios por sus logros obtenidos, pero ninguna de ellas formó parte de una portada de revista.



(Mujeres que no fueron tapa, 2016) ³

En Mujeres Que No Fueron Tapa se denuncia la desigualdad de representación que implica esta realidad de los medios de comunicación. En los hombres se abre la posibilidad de reconocimiento a partir de la visibilización de una diversidad corporal. En el caso de las mujeres se reducen las probabilidades de identificación a partir de la visibilización exclusiva de corporalidades que responden al ideal de belleza. La activista agrega:

² Mujeres que no fueron tapa (6 de agosto de 2016) Yusra Mardini - Fanpage es una deportista que participa en los JJOO y que salvó su vida y ayudó a salvar la de otras personas que intentaban cruzar de Siria a Grecia. [Archivo de imagen] Facebook:

https://www.facebook.com/mujeresquenofuerontapa/posts/1595547957411248?locale=es_LA

³ Mujeres que no fueron tapa (6 de agosto de 2016) Vamos las pibas!! Paula Pareto es la primer deportista mujer Argentina en ganar una medalla de oro, y lo hizo gracias a su enorme e incansable trabajo, acompañada por su entrenadora Laura Martinel. [Archivo de imagen] Facebook:

https://www.facebook.com/mujeresquenofuerontapa/photos/a.1582556762043701/1595678107398233?locale=es_LA

“El mandato de belleza no solo incluye lo físico, sino que hay que agregar otros componentes, como las gestualidades que se analogan con las bellezas y teniendo que ver con las identidades, como la ingenuidad, la mujer pura, la que no entiende y que eso es valorado por la representación masiva que hace la sociedad de ellas” (TEDx Talks, 2017. 5m. 18s.).

En ese mismo año, crea la cuenta de Instagram de [@Mujeresquenofuerontapa](https://www.instagram.com/mujeresquenofuerontapa), la cual cuenta actualmente con 482 mil seguidores⁴.



Biografía de @Mujeresquenofuerontapa en Instagram. 2023.

A diferencia de Facebook, en donde cada una de las publicaciones invitaban a un debate a partir de diversos temas, en Instagram se buscaba que las mujeres compartan sus anécdotas y sus experiencias a partir de diversas preguntas en torno a la corporalidad y el género. Del total de respuestas en los distintos formatos que ofrece Instagram, aquellas que se daban por mensajes privados luego eran seleccionadas para formar parte de nuevas publicaciones. Se retomaba lo expresado para profundizar en la temática o abordar un nuevo punto de vista.

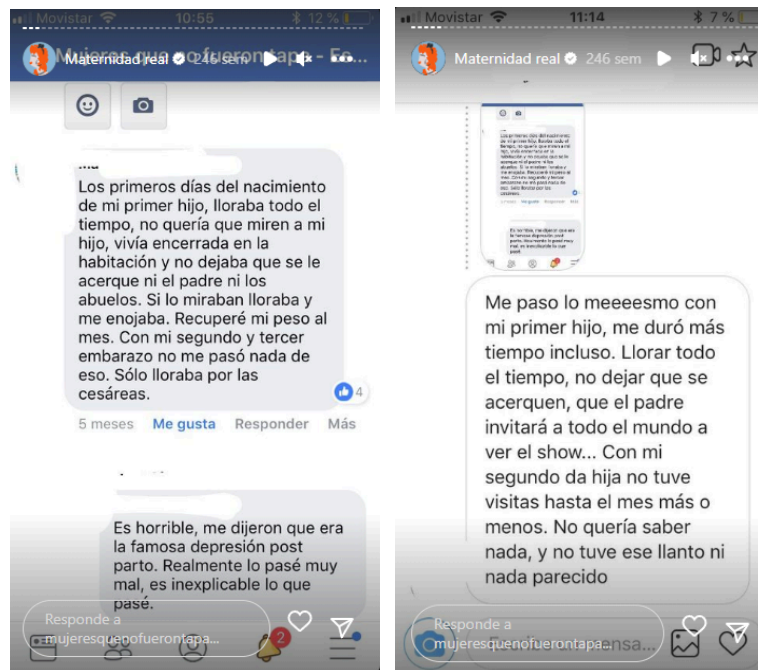
Entre los primeros temas que se analizaron fueron: las imágenes y titulares que presentan las revistas, la maternidad, la corporalidad, las dietas, el discurso médico en torno al peso de las mujeres y la presión social. Una de las primeras campañas activistas que desarrolló en torno a ello fue “F.E.A.S (Fuertes en acción sorora)”.

A continuación algunos ejemplos:

⁴ Dato extraído el día 27 de septiembre del 2023 desde la cuenta @MujeresQueNoFueronTapa de Instagram: <https://www.instagram.com/mujeresquenofuerontapa/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>



(Mujeres que no fueron tapa, 2018) ⁵

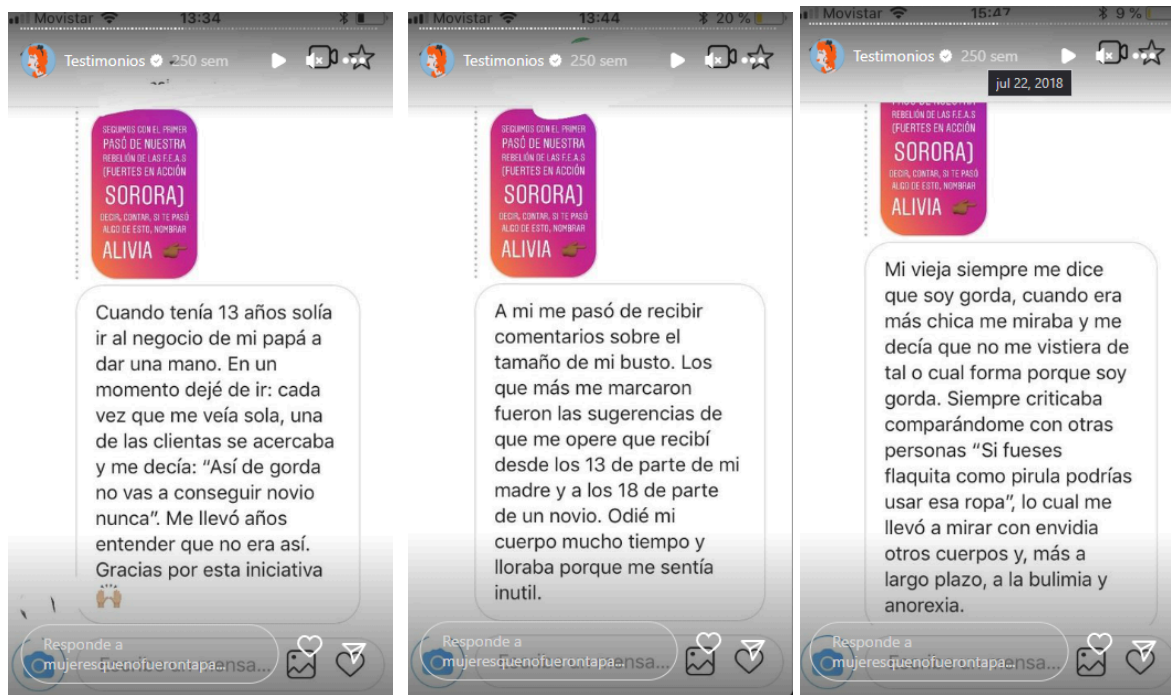


(Mujeres que no fueron tapa, 2018) ⁶

⁵ Mujeres Que No Fueron Tapa.[@mujeresquenofuerontapa] (14 de marzo de 2018) ¿darle una lavadita de cara, cambiar un poquito el mensaje para que no cambie nada?

Siempre las mismas mujeres desnudas o semidesnudas hablando del amor o el no amor.. [Fotografía] Instagram https://www.instagram.com/p/BgUEvzGjHUG/?utm_source=ig_web_copy_link

⁶ Mujeres Que No Fueron Tapa.[@mujeresquenofuerontapa] (17 de agosto de 2018) Maternidad real. Historia destacada [Archivo de imagen] Instagram: <https://www.instagram.com/stories/highlights/17893184848244267/>



(Mujeres que no fueron tapa, 2018) ⁷

⁷ Mujeres Que No Fueron Tapa.[@mujeresquenofuerontapa] (22 de julio de 2018) *Testimonios*. Historia destacada [Archivo de imagen] Instagram: <https://www.instagram.com/stories/highlights/17893184848244267/>

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. Estado del arte

Desde un punto de vista macro, el presente trabajo pretende dar cuenta del estudio de los sentidos construidos en torno a las corporalidades disidentes en un discurso político específico de ciberactivismo. Para hacerlo consideremos dos grandes aspectos: el ciberactivismo y las corporalidades entendidos desde una perspectiva socio-semiótica. A partir de ello, en el siguiente apartado buscaremos reconocer los estudios realizados en torno a la temática en el campo de las ciencias sociales y, específicamente dentro de los estudios de la comunicación.

Para iniciar, en lo que respecta a ciberactivismo se han tomado en consideración los siguientes aspectos: cibercultura, las redes sociales en el ecosistema cibercultural y el ciberactivismo en sí mismo. Sobre cibercultura, tomaremos en cuenta el concepto de ecología de las pantallas (o ecología de los medios) trabajados por McLuhan, Albarello y Scolari. Este antecedente es clave para entender la traspolación de las prácticas sociales hacia lo digital, de modo que podamos ubicar aquí el devenir del activismo en ciberactivismo.

En este aspecto, Albarello (2019) propone también una reconfiguración del modelo de circulación en esta ecología de las pantallas. Retoma la propuesta de Castells (2001), quien postuló un paso de un modelo “uno a muchos” a un modelo “muchos a muchos” y la de Henry Jenkins, Sam Ford y Joshua Green (2013), quienes plantearon la existencia de un modelo de comunicación híbrido de circulación, en el que se entrecruzaría el modelo *broadcasting* de los medios tradicionales (de arriba hacia abajo) con el modelo en red (de abajo hacia arriba). Sobre esa base, Albarello establece que en el modelo de circulación actual el contenido se dispersa, transforma y remezcla en virtud de la actividad de los prosumidores que los comparten en red. Estos aportes son importantes para reconocer las nuevas posibilidades de participación de los individuos en el ecosistema digital.

Sumado a ello, autores como Lipovetsky (2007), García Lucero D., García Lucero, R., Koci y Roldán (2013) han realizado trabajos respecto a las comunidades virtuales, sus características y sus formas de expresión ciudadana. Nos permiten reconocer las nuevas formas de

vinculación de los ciudadanos en entornos digitales y las nuevas prácticas de participación colaborativa.

Segundo, en torno a las redes sociales en el ecosistema cibercultural contamos con los aportes de Monteros Corrales y Van Dijck. Ambos han hecho un abordaje más cultural que técnico, de modo que ubican a las redes sociales como plataformas digitales en torno a los usos sociales. Monteros Corrales (2018) considera que se trata de nuevos medios de comunicación social y Van Dijck (2016) agrega una clasificación de las redes sociales de acuerdo a su función predominante.

Tercero, respecto a la temática del ciberactivismo en sí, nos resulta primordial tener en cuenta los trabajos de Gómez, Simioni, Traktman y García-Estévez. Los primeros tres autores (2020) recuperan el concepto de ciberactivismo de Ugarte, para hablar así de manifestaciones sociales y políticas que, en pos de generar un cambio social, dan uso de las herramientas que ofrecen los entornos digitales. Explican el papel de los ciberactivistas y sus posibilidades de vincular su causa en comunidades virtuales. A ello, García-Estévez (2018) agrega las capacidades que proporcionan las redes sociales para la actividad de estos ciberactivistas. Estos autores dan un marco sobre el cual ubicar el discurso a analizar.

Es de relevancia considerar análisis socio-semióticos que se han desarrollado en el último tiempo. Siendo aún un tema de estudio reciente y novedoso, se puede encontrar el análisis de los siguientes casos:

- a. Ciberactivismos en contra del acoso callejero hacia las mujeres: “#NoMeLlamoNena” en España, “*Harcèlement de rue: Et toi tu entends quoi?*” en Marruecos y “¡Basta de acoso a las Escolares!” en Chile. Los tres análisis fueron llevados a cabo por Solá-Morales y Zurbano-Berenguer en la revista académica *Comunicación* (2020);
- b. Ciberactivistas a favor del feminismo y/o del *body-positive*: @brenda.mato y @soldespeinada en Instagram. Ambos análisis realizados por Gómez, Simioni y Traktman como trabajo final de grado (2020);
- c. Ciberactivistas a favor del veganismo y anti-especismo: @nutriloca en Instagram. Análisis también llevado a cabo por Gómez, Simioni y Traktman (Ídem).

En todos ellos se ha hecho un análisis de contenido y/o un análisis de discurso. Todos estos casos dieron uso de una red social (Facebook, Instagram y Tumblr) o de su propia página web.

Finalmente, en la temática corporalidad nos resulta primordial tener en cuenta los trabajos realizados por Butler, Foucault, Hernando, Enguix Grau y González Ramos. Sus aportes en el campo de estudio son significativos al reconocer a la corporalidad más allá de su materialidad, para entenderla como productora y reproductora de significados sociales.

Recuperamos de Foucault sus aportes teóricos respecto a la producción de subjetividades normalizadas y a los mecanismos de biopoder que buscan encauzar conductas y preferencias. En torno a ello vincularemos la clasificación entre cuerpos “ordenados” y “desordenados” que propone Butler. Estos aportes son clave para poder reconocer cómo se construye socialmente lo “normal” y cómo se entiende a la disidencia por fuera de ello. Al respecto, Hernando (2020), Enguix Grau y González Ramos (2019) caracterizan las corporalidades hegemónicas y disidentes a partir del cumplimiento de lo establecido culturalmente. Este antecedente es clave para entender a la corporalidad como productora individual, social y simbólica de discursos.

2.2. *Un contexto feminista*

#HermanaSoltáLaPanza se enmarca entre los años 2021 y 2022, en donde el contexto social estaba atravesando un fuerte incremento del movimiento feminista. Específicamente en Argentina, este movimiento llevaba varios años en desarrollo, buscando la igualdad de derechos laborales, económicos y sociales de las mujeres. Se llevaban a cabo diferentes marchas en reclamo de los derechos de las mujeres tales como: el fin de la violencia contra las mujeres y los feminicidios, y la aplicación de la Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo.

Identificamos aquí algunos hechos que marcaron la historia y el fortalecimiento de la participación, la inclusión y los derechos de las mujeres en la sociedad de nuestro país en los últimos años:

- Encuentros Plurinacionales de Mujeres y Disidencias:

Se llevan a cabo desde 1987. Se han ido tomando como puntapiés los diferentes temas que involucran a las mujeres en cada momento histórico. Aproximadamente desde el año 2021 se ha incorporado como punto a tratar la lectura social sobre los cuerpos de las mujeres y el tratamiento mediático de los mismos;

- Ley de Acceso a la Interrupción Voluntaria del Embarazo IVE/ILE⁸ (N° 27.610):

Sancionada en el año 2020, busca darles a las mujeres el derecho de: poder decidir la interrupción de su embarazo conforme a la ley, y de requerir y acceder a la atención necesaria durante todo el proceso y prevenir los embarazos no buscados mediante el acceso a información, educación sexual integral y métodos anticonceptivos eficaces. Fue impulsada en Argentina a través de la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito;

- Movimiento Ni Una Menos:

Movimiento social de denuncia de la violencia contra las mujeres y las disidencias, de los feminicidios y de los travesticidios. Desde 2015, se moviliza anualmente en las calles y acompañan los reclamos del movimiento feminista articulando el trabajo con distintas organizaciones y espacios.

Desde entonces, han obtenido los siguientes logros: publicación de estadísticas nacionales en materia de feminicidios con la creación del Registro de Femicidios; la publicación de la Guía para el tratamiento mediático responsable de casos de violencia contra las mujeres; la sanción de la Ley Micaela (ley 27.499) que establece la capacitación obligatoria en temáticas de género y violencia contra las mujeres en toda la administración pública; la sanción de la Ley Brisa (ley 27.452) que reconoce el derecho a cobrar una suma mensual y a tener cobertura de salud para las niñas, niños y adolescentes víctimas de violencia familiar o de género; y la sanción de la Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo mencionada en el punto anterior;

- #NoEstásSola:

Una campaña del gobierno nacional como respuesta a los reclamos del movimiento feminista durante la época de confinamiento en Argentina. Se basó en la prevención y el combate de la violencia de género en condiciones de aislamiento y distanciamiento.

Durante 2020 y principios de 2021, se estableció en Argentina cuarentena obligatoria por causa de la pandemia Covid-19. Este confinamiento significó para muchas mujeres estar

⁸ IVE: Interrupción voluntaria del embarazo. Hace referencia al derecho al aborto con la solicitud como único requisito hasta la semana catorce inclusive de gestación.

ILE: Interrupción legal del embarazo. Hace referencia al derecho al aborto en las siguientes situaciones: a) Si el embarazo es producto de una violación, b) Si está en peligro la vida o la salud de la persona gestante.

forzadas a permanecer todo el día recluidas con sus agresores. Ante tales circunstancias, la Defensoría General de la Nación lanzó la campaña #NoEstásSola, para prevenir y combatir la violencia de género en condiciones de aislamiento y distanciamiento. Se buscó informar que las medidas sanitarias no prohibían salir de la casa en situaciones de violencia y animar a la denuncia de casos conocidos en vecinos/amigos a la vez que se reforzó la línea 144 de denuncias de casos de violencia de género.;

- Ley de Talles (ley 27.521):

Reglamentada en el año 2021, establecía la creación de un Sistema Único Normalizado de Identificación de Talles de Indumentaria (SUNITI) para la fabricación, confección, comercialización o importación de indumentaria para la población a partir de los 12 años de edad en todo el país.

En términos de lucha contra la discriminación, esta ley estableció: un estudio antropométrico que releve las medidas y proporciones de las personas para confeccionar distribuciones de frecuencias de talles para cada grupo etario, por género y región; la promulgación del derecho al trato digno al establecer que los establecimientos de venta de indumentaria de moda y textiles deben garantizar condiciones de atención y trato digno y equitativo a los consumidores. No obstante, actualmente existen muchas deficiencias en la implementación de la misma. De acuerdo a la organización AnyBody Argentina, ONG que lucha contra la gordofobia, esta ley aún se encuentra en proceso de implementación pese a que ya finalizaron los estudios antropométricos necesarios para que la ley se cumpla⁹.

Por último, un elemento importante para considerar en el movimiento feminista actual es el resurgimiento del lema “lo personal es político”. Se trata de una expresión que fue característica de la segunda ola del feminismo y cuyo uso resurgió en los últimos años¹⁰. Alda Facio, docente feminista experta en género y derechos humanos, explica que consiste en el reconocimiento de que una experiencia de discriminación, violencia o exclusión no pertenece meramente de las mujeres que la experimentan individualmente sino que responde a un sistema patriarcal de opresión (Facio et al., 2013).

⁹ Millán, A. (23 de marzo del 2023). Ley de talles en Argentina: en qué estado se encuentra hoy. *Via País*. Recuperado de:

<https://viapais.com.ar/informacion-general/ley-de-talles-en-argentina-en-que-estado-se-encuentra-hoy/>

¹⁰ El lema surge a partir de un ensayo publicado en 1969 por la militante y activista Carol Hanisch, integrante del grupo New York Radical Women, una referente del Movimiento de Liberación de las Mujeres en Estados Unidos. La consigna se refiere a la idea de que las cuestiones personales y privadas en la vida de una persona tales como sus vínculos personales, la sexualidad, el cuidado de hijos e hijas y otras experiencias cotidianas, están intrínsecamente relacionadas con las estructuras de poder y la política de una sociedad.

Considera que entender que lo personal es político implica que las decisiones personales cotidianas construyen y/o reconstruyen visiones del mundo. De este modo, se amplía entonces el campo de análisis al habilitar la inclusión de experiencias cotidianas.

La escritora considera que la vivencia individual de desigualdad responde a un sistema mayor que deshumaniza a todas las mujeres. Por lo tanto, se trata de un problema político que requiere de soluciones políticas. Facio propone:

“Pensar lo personal en clave política nos permite visibilizar todo aquello que los patriarcas intentan ocultar; como por ejemplo el hecho de que todas, por más diversas que seamos, padecemos discriminaciones debido a nuestro género devaluado, vivimos en cuerpos violentados de distintas maneras, y estamos afectadas por la misoginia patriarcal”.

Desde esta perspectiva, los crímenes de género, los feminicidios son entendidos como un problema político. Maristella Svampa, socióloga e investigadora del Conicet, explica que pese a que estos crímenes toman lugar dentro de las relaciones personales, responden a “la exacerbación de una masculinidad dominante cuestionada y un Estado que ante la violencia de género busca mirar a otro lado”¹¹.

Así pues esta postura permite resignificar la relación entre la esfera pública y la privada, visibilizando la incidencia del sistema patriarcal en las vivencias personales.

2.3. El activismo gordo en Argentina

El **activismo gordo** tiene como objetivo principal visibilizar los cuerpos gordos y naturalizarlos frente a una sociedad con una cultura gordofóbica, cargada de valorizaciones respecto a los cuerpos hegemónicos y disidentes. Apuntan a la despatologización de la gordura y a la eliminación de los prejuicios en torno a la disidencia.

En Argentina fueron tomando presencia los activismos gordos desde 2016 como un devenir del movimiento feminista. Se entendía que era necesario la creación de un espacio que

¹¹ Daus, G. (08 de abril de 2020). ¿Qué significa la expresión feminista “lo personal es político”? . Cultura. Clarín. Recuperado de: https://www.clarin.com/cultura/significa-expresion-feminista-personal-politico_0_iRpg2k9_Z.html?gclid=Cj0KCQjw1aOpBhCOARIsACXYv-dQJmctJdsXanHU9ePXxlQCO_J_8_XThFs1J1TovCK-lk_4_rapfX0aAiRXEALw_wcB

planteara esta demanda como un problema colectivo y que la elevara en la escena pública. Laura Contrera, doctora en estudios de género y pionera del movimiento social en Argentina, explica:

"Si el feminismo había podido dar cuenta de experiencias individuales que tienen que leerse como colectivas me parecía un horror que 'gorda' funcionara como un insulto entre feministas, entre anarquistas, entre socialistas, entre personas comprometidas políticamente. Y me parecía también problemático que la solución a eso fuera el empoderamiento individual, 'animate', 'animate a lucir tu cuerpo': no se podía ver ahí una problemática colectiva"¹².

Fueron surgiendo así distintas expresiones públicas que entendían como causa política la búsqueda por el respeto a la diversidad corporal. Hacia el 2021, se consolidaba el Colectivo de Gordes Activistas de Argentina, integrado por agrupaciones de activistas gordes¹³ y activistas por la diversidad corporal, que se enuncian en contra del estigma, la violencia, la patologización y discriminación constante hacia los cuerpos gordos. Se planteaba como un espacio seguro en el cual compartir historias de vida en torno a la disidencia corporal, con el fin de tomar conciencia de que muchas situaciones que perciben como individuales y personales resultan parte de un entramado mayor.

El 29 de noviembre del 2021 llevaron a cabo el primer Encuentro Plurinacional de Gordes en la ciudad de Morón (Buenos Aires, Argentina). Se trató de un evento libre y gratuito que incluía talleres, feria de emprendedores, picnic y actividades culturales. El objetivo era la inclusión, la desestigmatización y la reflexión colectiva de las identidades gordas. Desde entonces, estos encuentros se repiten anualmente en distintas ciudades del país.

A la vez, a lo largo de Argentina se han ido desarrollando Colectivos regionales, como Club de Gordxs en Córdoba y Existencia Gorda en Santa Fe. Aunque persiguen los mismos objetivos que el Colectivo nacional, estos movimientos establecen una agenda local.

¹² Tenenbaum, T. (23 de junio de 2018). Activismo XL: el movimiento que quiere terminar con la vergüenza del peso. *La Nación*. Recuperado de: <https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/activismo-xl-el-movimiento-que-quiere-terminar-con-la-verguenza-del-peso-nid2146574/>

¹³ Desde el Colectivo de Gordes Activistas de Argentina entienden que género, sexualidad y corporalidad son tres categorías que atraviesan a todas las identidades. A partir de ello, dan uso del lenguaje inclusivo mediante el uso de la letra "e", con el objetivo de visibilizar los procesos de luchas sociales de los movimientos de la diversidad sexual y corporal así como las múltiples identidades e interseccionalidades existentes.

En este sentido, Existencia Gorda es un caso de territorialización de un movimiento ciberactivista impulsado por Florencia Alegre, una activista gorda y modelo *plus-size*. Recuperando el objetivo de asumir como colectivo situaciones individuales, afirma:

“La idea de armar este grupo es ampliar la representación y que no dependa de mí. Armar una organización es sacar la idea de que el activismo gordo depende de una *influencer*. Pensar en un grupo no es fácil, la idea es ir de a poco y consolidar un grupo humano”¹⁴.

Además de ella, en nuestro país existen varias referentes del activismo gordo. Entre ellas mencionaremos las siguientes activistas que también se desempeñan en el ámbito digital:

- Brenda Mato (conocida en las redes sociales como [@brenda.mato](#)):

Forma parte del Colectivo de Gordes Activistas de Argentina y es una de las principales impulsoras de la Ley de Talles en Argentina. Aboga por la diversidad corporal y denuncia la existencia de una cultura gordofóbica en Argentina. Es modelo y organizadora de DiversaFeria, una propuesta que agrupa más de 30 marcas con diversidad de talles.

Ubica a la Ley de Talles dentro de un conjunto de “políticas públicas antidiscriminatorias”¹⁵ necesarias para la convivencia ciudadana. Explica al respecto:

“Por primera vez vamos a tener una tabla de talles que nos represente y nos muestre tal cual somos, con nuestra diversidad. Es un paso enorme para descolonizar las ideas y torcer el camino hacia esa búsqueda de una belleza ajena, eurocéntrica, que nos empuja a intentar ser algo que no somos ni seremos jamás”¹⁶.

- Agustina Cabaleiro (conocida en las redes sociales como [@onlinemami](#)):

¹⁴ Kessler, F. (22 de marzo de 2023). Existencia Gorda, una nueva forma de activismo gordo. *Periódicas*. Recuperado de: <https://periodicas.com.ar/2023/03/22/existencia-gorda-una-nueva-forma-de-activismo-gordo/>

¹⁵ Haimovich, L. (6 de agosto de 2022). Brenda Mato, modelo Plus Size: “Por primera vez vamos a tener una tabla de talles que nos represente y torcer el camino hacia esa búsqueda de una belleza ajena”. *elDiarioAR*. Recuperado de:

https://www.eldiarioar.com/opinion/brenda-mato-modelo-plus-size-primera-vez-tabla-talles-represente-torcer-camino-busqueda-belleza_129_9226747.html#:~:text=Tiene%2032%20a%C3%B1os%20casi%20150,la%20Ley%20de%20Talles%20Nacional.

¹⁶ Ídem.

A sus 25 años es activista y referente del movimiento *body positive*. Al día de la fecha posee aproximadamente 407 mil seguidores en Instagram; cuenta que abrió en el mes de abril del 2013 pero que fue verificada recién en octubre del año 2020¹⁷.

En redes sociales, interactúa con su comunidad virtual poniendo como temática principal el *body positive*. A través de interrogantes, invita a que se cuenten experiencias o sucesos vividos en torno a la corporalidad. Busca generar puntos en común entre las historias y el reconocimiento de que no se trata de experiencias individuales, sino que responden a una cultura gordofóbica. Propone replantear los estereotipos de belleza y las presiones que se generan sobre la propia corporalidad para dar lugar así al amor propio. En torno a ello, busca visibilizar la diversidad corporal, subiendo contenido en el que modela.



(Agustina Cabaleiro, 2023)¹⁸

¹⁷ Los datos de la verificación y el número de seguidores se recuperaron desde el perfil de Agustina Cabaleiro el día 1 de mayo del 2023 a través de https://www.instagram.com/onlinemami_/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D

¹⁸ Cabaleiro Agustina.[@onlinemami_] (8 de marzo de 2023) Que tenes mucha teta o poco culo. La panza tendría que bajar un poquito capaz. Si adelgazaras serías hermosa, sos muy linda de cara. [Fotografía] Instagram <https://www.instagram.com/p/Cpigscyt5tV/>



(Agustina Cabaleiro, 2023) ¹⁹

El 2 de junio del 2022 lanzó su marca de ropa titulada “[Onile Mami Collection](#)”. Cuenta con una tienda online²⁰ en la que cada prenda está acompañada de su respectiva tabla de talles. Estos talles van desde el S al XXXXL para las prendas superiores y desde el 3 al 10 para las inferiores.

- Mariana "Mar" Tarrés (conocida en redes sociales como [@martarresok](#)):

Es humorista, actriz y modelo salteña radicada en Córdoba. Sus publicaciones apuntan al abandono de los estereotipos de belleza para dar lugar al amor propio.

Al día de la fecha cuenta con aproximadamente 1,1M de seguidores en Instagram; cuenta que abrió en el mes de noviembre del año 2014 pero que fue verificada recién en octubre del año 2018²¹.

¹⁹ Cabaleiro Agustina.[@onlinemami_] (10 de febrero de 2023) Vestirnos como querramos y vivir no tiene que ser un premio a un número en la balanza. Merecemos ser libres y jugar con nuestro estilo sin importar el tamaño de nuestro cuerpo. [Video] Instagram <https://z-p15.www.instagram.com/p/Cof6NacDljg/>

²⁰ Onlinemami Collection - tienda online: <https://www.onlinemamICollection.com/>

²¹ Los datos de la verificación y el número de seguidores se recuperaron desde el perfil de Mar Tarres el día 1 de mayo del 2023 a través de <https://www.instagram.com/martarresok/?hl=es>



(Mar Tarrés, 2023) ²²

Ella también creó su propia marca de indumentaria femenina, “MAR”, con talles que apuntan la diversidad corporal. Posee nueve locales físicos que están distribuidos en las provincias de Córdoba, Mendoza, Salta, Tucumán, San Luis y Buenos Aires; además de contar con venta online a través de Whatsapp. Cuenta con talles que van desde XL a XXXL para prendas superiores y de 120 a 130 para prendas inferiores.

Con su marca apunta a introducir posibilidades de talles para las corporalidades gordas, en un contexto en que la moda suele excluirlas. Explica:

“Me rehúso a que una chica de 25 años se tenga que vestir con ropa de señora, me gusta que las chicas se vistan como quieran y no como puedan. Los gordos vivimos teniendo que vestirnos como podemos y no como queremos”²³.

²² Tarres Mar.: [@Martarresok_] (13 de marzo del 2023) Seguíis pensando que mi cuerpo no es saludable ? Ya le agradeciste a tu cuerpo todo lo que hace por vos ? Crees que es poco ? Contame todas las cosas que hiciste hoy con tu cuerpo , no me cuentes los motivos por el cual lo rechazas. Solo quiero oírte decir cosas maravillosas de ese casa que habitas. Y sobre todo decir GRACIAS. [Archivo de imagen] Instagram. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/CpvXt6OrCz8/?hl=es>

²³ Sánchez, M. (14 de septiembre de 2018). Mar Tarrés, la influencer de moda plus size: "Cuando era chica me tenía que vestir con ropa de hombre o de señora gorda". *Infobae*. Recuperado de: <https://www.infobae.com/tendencias/lifestyle/2018/09/14/mar-tarres-la-influencer-de-moda-plus-size-cuando-er-a-chica-me-tenia-que-vestir-con-ropa-de-hombre-o-ropa-de-senora/#:~:text=En%20di%C3%A1logo%20con%20Infobae%2C%20record%C3%B3.a%20crear%20su%20propia%20marca&text=Ella%20es%20Mariana%20Tarr%C3%A9s%2C%2031.a%20las%20modelos%20plus%20size%22>

3. MARCO TEÓRICO

3.1. Cibercultura

La consolidación de las tecnologías de la información y la comunicación (TICs) ha generado una serie de cambios revolucionarios en el desarrollo de la vida cotidiana y en el devenir democrático de las sociedad. Ha dado lugar a la proliferación de comunidades virtuales, “espacios vacíos que únicamente adquieren entidad y forma desde el momento que los individuos deciden participar, entrar en acción a través de la información que adquieren o brindan por el hecho de estar conectados” (García Lucero et. al, 2013). Allí el accionar de cada usuario es clave: sin su participación, las comunidades digitales pierden sentido.

Esta situación ha revolucionado la esfera política y social. Comienza a desarrollarse la producción colaborativa de tal modo que se “actúa diversificando las fuentes de información y se proponen otros puntos de vista que, en su conjunto, pueden dar una visión más holográfica de la situación” (Igarza, 2008). Es decir que, parándose desde los modos de entender la realidad, la construcción colaborativa que caracteriza a las nuevas plataformas marca un hito en el devenir democrático en tanto da lugar a un discurso polifónico y fundamentalmente participativo.

Por lo tanto, la integración de las nuevas tecnologías en las estructuras sociales ha dado lugar a una nueva extensión de la cultura: la cibercultura. Apunta a un movimiento cultural muy amplio directamente ligado a los avances en torno a la ciencia de la información y a la tecnología de la información.

Basándonos en ello, los objetivos de este apartado serán: describir las características principales de las comunidades digitales; reconocer cómo los individuos pasan a convertirse en prosumidores en este contexto digital; comprender el impacto de la tecnología en los modos de construcción de la realidad; y ubicar a las redes sociales dentro de este ecosistema cibercultural. Consideramos necesario ubicar culturalmente el estado actual de los movimientos sociales en red para el desarrollo de este trabajo de investigación.

3.1.1. Las comunidades digitales

Para comprender el desarrollo de la cibercultura en las sociedades, es necesario ir más allá de las perspectivas meramente técnicas en torno a lo digital. Hacia fines del 2021, en Argentina²⁴ 88 de cada 100 personas usaban teléfono celular y 87 de cada 100 utilizaban Internet. Estos porcentajes han ido en incremento con el paso de los años. Hoy se cree que más de 35 millones²⁵ de argentinos son usuarios de algún tipo de celular. Nos encontramos frente a una sociedad cada vez más digitalizada, donde la relación entre sus miembros se ha visto modificada radicalmente.

Considerando a las comunidades digitales como núcleo en la formación de estos nuevos vínculos, pasaremos a describirlas considerando cuatro características principales para este estudio: a) estas comunidades se han de comprender dentro de una ecología de las pantallas; b) los vínculos entre los individuos se dan en torno a interfaces; c) estas comunidades digitales logran multiplicarse y expandirse gracias a la facilidad del acceso a la red; d) uno de sus objetivos es la generación colectiva de conocimiento.

Para iniciar, hemos de explicar a qué nos referimos cuando decimos que las comunidades digitales forman parte de una “**ecología de las pantallas**”. Con este postulado buscamos retomar de forma directa la metáfora de ecología de los medios propuesta a principios de 1960 por Marshall McLuhan, difundida años más tarde por Neil Postman, y retomada nuevamente este siglo por Scolari en el libro *Ecología de los medios* (2015), y por Albarello en su libro *Lectura transmedia. Leer, escribir, conversar en el ecosistema de pantallas* (2019).

El concepto de ecología de los medios propone explicar la relación entre los medios, los usuarios y las fuerzas sociales en las que ambos interactúan. Esta metáfora admite dos interpretaciones: por un lado, “los medios son especies”; y por otro, “los medios son ambientes”.

En primer lugar, McLuhan considera que los medios son especies que se relacionan y compiten entre sí. Explica que ningún medio adquiere significado o existencia en sí mismo,

²⁴ INDEC (2022). Encuesta Permanente de Hogares. Acceso y uso de tecnologías de la información y la comunicación. Cuarto trimestre de 2021. Recuperado de: https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/mautic_05_22843D61C141.pdf

²⁵ Statista Research Department (2023). Argentina: número de usuarios de móviles inteligentes 2015-2026. Recuperado de: shorturl.at/fipH9

sino exclusivamente en interacción constante con otros medios. A partir de esa interacción, los medios pueden evolucionar entre sí a lo largo del tiempo.

Albarello (2019) retoma esa postura y plantea la cuestión de si un medio puede morir o ser reemplazado por otro. No obstante, niega la profecía de sustitución de un medio por otro. Rechaza la perspectiva que asume a la evolución de los medios en términos conflictivos y bélicos en la que el nuevo medio “mata” al predecesor (Manguel, 2014 como se cita en Albarello, 2019) a partir de dos argumentos.

Por un lado, considera que es un error considerar que un medio nuevo es igual al medio viejo o que hace lo mismo que su antecesor. Por otro lado, también es un error creer que no presenta diferencias en la forma que tiene de ofrecer el contenido al usuario o que establece con el usuario relaciones similares al medio anterior (haciendo alusión al pacto de lectura).

Albarello (2019) propone allí una concepción de medio en la que nos basaremos a lo largo del trabajo de investigación. Afirma:

“Un medio, por un lado, es un soporte tecnológico que permite que un contenido llegue a usuarios [...] Pero a la vez, un medio es un conjunto de protocolos sociales y culturales asociados a ese soporte tecnológico, una serie de costumbres y ritos vinculados con el modo de consumo de esos contenidos”.

Por lo tanto, retomando la teoría de la sustitución de un medio por otro, lo que “moriría” sería ese soporte tecnológico cuando es reemplazado por otro que cumple mejor su función. Por ejemplo, el paso del cine mudo y en blanco y negro, a la inclusión del sonido en las películas y finalmente al cine en color. En cambio, los aspectos vinculados a las prácticas sociales y culturales asociadas a ese medio pueden pervivir en otros soportes (siguiendo con el ejemplo, ver películas en el cine es una práctica sociocultural que se ha mantenido a lo largo de las décadas).

Esto implica entonces una característica clave de estas nuevas comunidades digitales que se van desarrollando. Las prácticas sociales y culturales que conectan a los individuos en estas comunidades no habrían surgido paralelamente al nacimiento de las TICs; sino que se trataría de una **traspolación de prácticas** que históricamente se vienen realizando **hacia lo digital**.

La segunda interpretación de la metáfora de “ecología de los medios” consideraba que los medios son ambientes. Desde la perspectiva cibercultural que asumimos, esta afirmación

implica que cada medio genera un ambiente y moldea la cultura que se desarrolla a su alrededor. Es decir que los medios afectan a los sujetos que los utilizan de modo tal que esos efectos no se producen a nivel consciente sino que afectan los patrones de percepción de los usuarios sin encontrar resistencia (Albarello, 2019). Por lo tanto, esto lleva a McLuhan a considerar que una de las características de estos ambientes que pasan desapercibidos como tales, se vuelven invisibles.

Este aspecto de invisibilidad es uno de los factores que influye en la relación que establecen los usuarios con las pantallas digitales ya que éstas se valen de interfaces que pasan desapercibidas. De acuerdo a Albarello (Ídem), el objetivo de estas pantallas es lograr que el usuario posea una experiencia cómoda y placentera, sin necesidad de conocer cómo funcionan los mecanismos que las hacen desempeñar eficientemente su tarea. Cada vez se encuentran más inmersas en la cotidianidad del usuario sin que éste sea necesariamente consciente de ello.

Esto lleva a Scolari (2015) a afirmar que la interfaz es la expresión mínima del ambiente descrito por los ecologistas de medios. El autor define a la interfaz como una red de actores humanos y tecnológicos que interactúan y mantienen diferentes tipos de relaciones entre sí. Si consideramos que los medios moldean la cultura que se desarrolla a su alrededor, entonces influye también en las interacciones entre los usuarios.

Los vínculos entre los individuos hoy en día toman lugar en torno a **interfaces**. Se trata de un “lugar de interacción” (Scolari, 2018), un mundo de relaciones, hibridaciones, competencias y cooperaciones que marcan el ritmo de la evolución del sistema tecnológico. Por tanto, son influyentes en el movimiento de la sociedad contemporánea.

A partir de ello, Scolari (Ídem) identifica diez leyes que caracterizan a todas las interfaces:

1. La interfaz es el lugar de la interacción, donde se pueden manipular instrumentos, recibir información desde las superficies y establecer conversaciones;
2. Las interfaces no son transparentes, todas incluyen una propuesta de interacción que puede ser aceptada o no por el usuario y cuando el diseñador manipula esta gramática particular, genera estados emocionales;
3. Las interfaces conforman un ecosistema, es decir, que dialogan entre sí;
4. Evolucionan adaptándose a su ecosistema;

5. Las interfaces coevolucionan con el usuario, esta coevolución: homo sapiens-tecnología define el lugar de la interfaz. Es decir que los usuarios pueden utilizar, subutilizar o sobreinterpretar una tecnología y de igual manera pueden convertirse en hackers que rediseñan la tecnología a través de un uso “desviado”.
6. Las interfaces no se extinguen, sino que se transforman;
7. Si una interfaz no es capaz de hacer algo, lo simulará;
8. Las interfaces están sometidas a las leyes de la complejidad;
9. El diseño y el uso de una interfaz son prácticas políticas ya que los actores que operan en la interfaz están sometidos a dinámicas de poder que se dirimen en el plano político;
10. La interfaz es el lugar de la innovación.

A partir de estas características, podemos considerar que se va dando una coevolución de las interfaces con los usuarios dentro de este ecosistema cibercultural. Las comunidades ya no dependen exclusivamente de la cercanía geográfica para poder desarrollarse sino que se da lugar a un nuevo espacio de interacción, a un ecosistema digital. Surgen elementos clave a considerar: adaptación, instantaneidad, innovación. Así, los intercambios digitales se vuelven cada vez más cotidianos, generando un efecto de inmersión en los usuarios.

Se trata de una experiencia aumentada para los individuos en la que se elimina a la ubicación geográfica como factor influyente para el establecimiento y mantenimiento de vínculos. Se da lugar a una realidad virtual: pueden estar cerca de otras personas físicamente pero lejos de ellas en el mundo digital y viceversa.

Allí podemos encontrar lo que McLuhan planteó como “aldea global” (1964, como se citó en Gómez et al., 2020). Si tomamos las palabras por separado, “aldea” se refiere a un pueblo pequeño, mientras que “global” apunta al alcance del mundo entero. McLuhan, en cambio, planteó este concepto en relación al efecto que generaban los medios de comunicación en torno a las primeras consideraciones de la globalización.

El autor explicaba que a través de la radio, los periódicos o la televisión se accedía a información de otros lugares del mundo y que, a medida del paso del tiempo, esto se fue volviendo cada vez más rápido, fluido hasta incluso llegar a ser instantáneo. Incluso llega a

considerar que este cambio influyó en la forma en que los sujetos se relacionaban entre sí y, sobre todas las cosas, en su organización social.

Esta estrecha interrelación entre individuos de alrededor de todo el mundo por medio de interfaces muestra el alcance que ha logrado este ecosistema de medios hegemónico por las pantallas. Se trata de un ambiente complejo, con sujetos de lo más diversos pero que encuentran este espacio en común donde la cercanía en términos geográficos deja de ser un factor que influya en la formación de comunidades. En cambio, son las necesidades, intereses y demandas de los usuarios las que contribuirán en el desarrollo de las comunidades virtuales.

De este modo, la naturaleza de las relaciones en las comunidades digitales resulta novedosa. Se basa en la decisión de participar y entrar en acción a través de la información que adquieren al estar conectados (García Lucero et al., 2013). La información que se intercambia en las interfaces es de los usuarios y, por ende, cada uno de ellos decide por dónde inicia su recorrido por la red, con quiénes y para qué.

Uno de los elementos que habilitó tal posibilidad tiene que ver con el tipo de **acceso a la red**. Los especialistas en comunicación García Lucero D., García Lucero, R., Koci y Roldán (Ídem) consideran que las características más importantes que hicieron que tuviese tal impacto en la sociedad son las siguientes:

En primer lugar, es universal: es cierto que existen ciertos requisitos de registro, no obstante se puede acceder a la totalidad de la red. En segundo lugar, es simultáneo: es decir, que potencialmente todos estamos en la red al mismo tiempo. En tercer lugar, es independiente del tiempo y de la distancia. Y finalmente, su crecimiento es descentralizado y desjerarquizado.

De este modo, la facilidad en el acceso a la red se volvió uno de los factores que contribuyó a la multiplicidad de las comunidades virtuales. En contacto constante con las distintas tecnologías, se volvió más accesible interactuar con otras personas independientemente del tiempo, espacio o poder que posea. Consecuentemente, se les dio acceso a la creación de contenido.

El contenido que circula desde una comunidad virtual no reside sólo en lo que cada miembro conoce, sino que apunta a una **generación colectiva de conocimiento**. Se trata de una construcción colaborativa a partir de la cual se da lugar “al discurso poliédrico y

fundamentalmente participativo” (Ídem). Los individuos se constituyeron en colectivos y desde allí conformaron formas emergentes de deliberación y discusión pública.

Gómez Lucero (2020) profundiza aún más en esta postura considerando que las comunidades virtuales dan lugar a la multiplicidad de voces y ponen en crisis el concepto de “autor único”. Todos los usuarios pueden coparticipar en la autoría de cierta producción de forma indiscriminada, anónima y fortuita. La autora afirma que mientras que anteriormente el autor mantenía un lugar distanciado, respetado, debido a que eran pocos quienes tenían la posibilidad de ocupar un lugar de “creador” o “diseñador”, hoy en día tal lógica ha quedado prácticamente obsoleta debido a que productores y consumidores recortaron drásticamente la brecha dando lugar a un nuevo sujeto: los prosumidores.

3.1.2. Los prosumidores

Los cambios en las tecnologías mediáticas están relacionados con el cambio social. Lo digital ha modificado la forma en que los sujetos se ven a sí mismos, especialmente en el nivel comunicacional y de interacción. Han surgido nuevas figuras en este contexto denominadas prosumidores.

El término “prosumidor” (del inglés *prosumer*) constituye un acrónimo que fusiona: “productor” (*producer*) y “consumidor” (*consumer*). Se trata de sujetos consumidores de contenido que a su vez lo crean, de modo tal que contribuyen a la red. Scolari (2018) coincide con Marshall McLuhan y Barrington Nevitt quienes ya en 1972 anticipan que el desarrollo de la tecnología y de la electrónica permitiría al consumidor asumir al mismo tiempo los roles de productor y consumidor de contenidos.

Los usuarios han dejado de ser meros receptores de información para sumarse a los procesos de creación y difusión de contenidos. Las herramientas digitales los han empoderado y dado las capacidades de compartir sus pensamientos mediante una multiplicidad de plataformas. Jonathan P. Bowen y Tula Ginannini (2014) afirmaron en su conferencia “*Digitalism: The New Realism?*” que hoy en día existe más contenido generado por amateurs que por editores profesionales.

En un principio, fueron los científicos y expertos quienes hacían uso de estas tecnologías. Sin embargo, a medida que irrumpió la red y que su manejo se fue facilitando y universalizando,

las personas se fueron apropiando de las distintas modalidades comunicacionales a nivel virtual. Asumieron los códigos y modalidades de interacción definidos por estas nuevas herramientas para así ser parte de las comunidades virtuales.

En la actualidad, el individuo es capaz de tomar un contenido y sumar aportes, cambiarlo y editarlo. Se produce lo que Albarello (2019) considera como la difuminación del “límite entre el texto original y el modificado” en el texto digital. Se trata de un mundo digital que flexibiliza cada vez más las posibilidades de interacción con las producciones de otros usuarios. Los elementos hipertextuales son un claro ejemplo de modos de recuperación de información de otros usuarios para asignarle un nuevo sentido a partir de una producción propia.

Esta apertura hacia la producción colectiva da lugar a la posibilidad de participar en una multiplicidad de comunidades virtuales, reforzando sus principios básicos a la vez que dando lugar a nuevas voces e ideas. A esto se refiere Lipovetsky (2007) cuando afirma que caracterizada por la transparencia, participación y acceso igual de todos a todo el saber, la red se alza al servicio de la libertad, la igualdad y de una democracia en camino de transformarse en profundidad. Dentro de la coevolución de tecnología y usuarios en el ecosistema digital, se pasa de la pasividad rígida que acompañaba a los medios de comunicación tradicionales para dar lugar a usuarios cuyo comportamiento se caracteriza por: participación activa, colaboración, búsqueda de información.

Este nuevo rol de los usuarios implica un cambio sustancial en su forma de relacionarse con el contenido: consumen mensajes previamente contruidos del mismo modo que también dan forma, comparten y reconfiguran contenido. Se presenta como un aspecto dentro de una serie de transformaciones que se han dado a partir de la coevolución que existe entre las tecnologías y los usuarios dentro del ecosistema de pantallas.

Numerosos autores consideran que los dispositivos digitales se han vuelto tan importante en la vida diaria de los sujetos contemporáneos que llegan incluso a ser extensiones o prótesis de los usuarios (McLuhan, 2015; Serrano-Puche, 2015; Trilnick, 2014). McLuhan (2015:30) expresa que todo aquello que nos rodea podría considerarse como extensiones del cuerpo humano. A partir de ello, afirma:

“La rueda es una prolongación del pie, el libro es una extensión del ojo, la ropa es una prolongación de la piel, el circuito eléctrico una prolongación del sistema

nervioso central [...]. De manera tal, que los medios de comunicación resultan parte del sujeto en término ‘bio-físico culturales’”.

De este modo, profundiza en que la forma en la que los sujetos se vinculan con el entorno, para conocerlo y comunicarlo, estará en relación con las capacidades que la propia tecnología le proporcione. Por lo tanto, las computadoras y los smartphones son una forma de “expandir el cuerpo del sujeto y conocer el mundo que lo rodea” (Ídem).

3.1.3. El impacto de la tecnología en los modos de construcción de la realidad

El sociólogo francés Gilles Lipovetsky (2007, como se citó en Gómez et. al, 2020) considera que la época hipermoderna es contemporánea de una auténtica inflación de pantallas que tienen por misión ver el mundo y, sobre todo, mostrar la vida propia. Considerando la producción continua de desarrollos tecnológicos, se pregunta si podemos hablar de enajenación subjetiva cuando es la pantalla la que se alza como interfaz general que comunica con el mundo:

“Nos proporciona información incesante, nos da la oportunidad de expresarnos y dialogar, jugar y trabajar, comprar y vender, aumentar la interactividad de las imágenes, los sonidos y los textos” (Ídem).

Reconociendo la revolución que han producido las nuevas tecnologías en las estructuras sociales e incluso en los modos de construcción de realidad, en este apartado ahondaremos en los siguientes planos cuyo cambio se relaciona con el tema de este trabajo de investigación: el modelo de circulación de contenidos; la concepción de contenido; y los límites entre la esfera pública y privada.

Para iniciar, buscaremos identificar las características del modo actual en que circulan los contenidos en este ecosistema de pantallas. Basándonos en el surgimiento del rol de los prosumidores, podemos reconocer un cambio en el modo de circulación del contenido.

Albarello (2019) retoma la propuesta de Castells, quien en 2001 ya postulaba un paso de un modelo “uno a muchos” a un modelo “muchos a muchos”. Años más tarde, en 2013, Henry Jenkins, Sam Ford y Joshua Green se sumaron a esa línea teórica con el concepto de

“*spreadable media*”, que se traduce como medios que se propagan o diseminan. Los autores propusieron la emergencia de un modelo de comunicación híbrido de circulación, en el que se entrecruzaría el modelo *broadcasting* de los medios tradicionales (de arriba hacia abajo) con el modelo en red (de abajo hacia arriba). Esta nueva concepción refiere a un **modelo de contenidos** que diseminan o propagan, a partir de lo cual los autores buscan explicar cómo el material mediático es compartido en formas más participativas y desordenadas que en el pasado.

En función de ello, Albarello (Ídem) afirma que se trata de un cambio “de la distribución a la circulación”, caracterizado por dos puntos principales. Por un lado, desde lo cultural, el primer punto consiste en la toma de acción del público al producir, reestructurar y compartir el contenido. Por otro lado, desde lo tecnológico, se produce una disolución entre el contenido y el soporte. Es decir, que ya no estamos ante documentos almacenados en forma física y entregados a los consumidores en copias físicas (libros, películas) o por transmisión electrónica (televisión, audios); sino que se trata de lo que Lev Manovich denomina “*performances de software*”, en tanto lo que experimentamos es construido por el *software* en tiempo real.

Los servicios de almacenamiento y sincronización en la nube han revolucionado la forma de entender el contenido. La idea de libro impreso como contenido cerrado ha sido reemplazada por una nueva concepción que asume al contenido digital no como producto sino como un proceso contiguo. Piscitelli (2011, como se citó en Albarello, 2019) afirma al respecto: “Pierde la solidez del papel y se convierte en la liquidez de la nube”. Por tanto, permite que una multiplicidad de usuarios puedan realizar una reconfiguración del contenido.

De este modo, se da una reformulación de aquel concepto de contenido dado por un modelo perenne. En el estado actual del ecosistema digital, el modelo de circulación propuesto considera que **el contenido** se dispersa, transforma y remezcla en virtud de la actividad de los prosumidores que los comparten en red. Esto implica que la participación de los usuarios en las comunidades digitales impacta en el contenido que allí circula.

Otro aspecto a considerar en esta cuestión es la del contenido personalizado. En la actualidad, los algoritmos que manejan el *software* se encargan de que el contenido que le llega al usuario no sea igual para todos sino que sea personalizado de acuerdo a su perfil. Éste se construye a partir de las diversas interacciones del usuario con el medio, trazando sus propios recorridos

de navegación. Esto hace entonces que las decisiones de participación que el usuario tome en línea influyan aún más en el contenido que se le presenta.

Es así como el contenido personalizado al que acceden los usuarios a través de dispositivos digitales, asociados a un usuario particular, está cada vez más lejos del “*uno para todos*” y tiende a asumir una forma diferente para cada uno. Se trata de un ecosistema digital que crece a medida que los usuarios interactúan en él. Ya no se trata de un paquete de mensajes atados -en mayor o menor medida- a la lógica particular del creador original de ese material, sino de un contenido que se dispersa a través de las plataformas digitales, y en esa dispersión es tan importante la huella del creador original del contenido como la de quien lo comparte o lo remezcla (Albarello, 2019).

Todas las interacciones que se dan en este mundo virtual influyen de algún modo en el contenido que circula. Se trata de un ecosistema digital que impulsa al sujeto a participar para desarrollar su experiencia de usuario, y donde tales interacciones modifican de alguna forma u otra el contenido que luego podría ser presentado a otro usuario. En base a ello Aguado, Feijóo y Martínez afirman (2013, como se citó en Albarello, 2019): “Ya no se trata de explotar el contenido, sino de explotar lo que los usuarios hacemos con el contenido, [...] pasamos de una monarquía absoluta del contenido a una república de usuarios”.

Ya reconociendo las implicancias que tiene la participación de los usuarios en el contenido que circula en este mundo virtual, habremos de considerar ahora qué es aquello que los individuos comparten allí. El digitalismo ha avanzado tanto en la cotidianidad de los individuos que indudablemente terminó dejando huellas en la construcción de su identidad personal y en sus formas de vincularse. Aquello que era íntimo se volvió compartido, difundido. Las nuevas plataformas se han convertido en un espacio donde las líneas que delimitaban **lo privado de lo público** se volvieron difusas, y donde las formas de conectar emocionalmente con otros usuarios asumen nuevos formatos.

En torno a estas nuevas formas de conectar entre los usuarios, Serrano-Puche (2017) postula que en el ecosistema mediático contemporáneo existen algunos elementos generales que enmarcan el consumo de objetos en Internet y que repercuten en la dimensión afectiva de las personas. Desde el orden sociológico-cultural, se presentan factores como: la sobreabundancia de información disponible, la instantaneidad en que las interacciones tienen lugar en el ámbito digital, el surgimiento de la atención como moneda de cambio, y la socialización del consumo como parte del funcionamiento interno de las prácticas de uso

digital. Se trata de características de este nuevo ámbito digital que influyen en las formas de vinculación de los sujetos.

Allí, las interacciones de las comunidades digitales encuentran su lugar por medio de las pantallas. Esto lleva al autor a afirmar que se trata de “tecnologías afectivas” que participan en la constitución de la subjetividad de la persona en tanto son cauce para la expresión y permiten fijar sus emociones en “inscripciones digitales”. Es decir, que las emociones y experiencias de los individuos se convierten en parte de la colección de objetos almacenables, comparables y compartibles que hay en el mundo digital.

El autor considera que se trata de una fuerte cultura emocional que se combina con el incentivo a compartir de las nuevas comunidades digitales. De este modo, los sentimientos y la información privada se vuelven públicos mediante los dispositivos móviles. Así pues, considerando este aspecto con las posibilidades que brindan las nuevas tecnologías, surge un nuevo escenario en el que los individuos buscan conectar en este nuevo mundo virtual con personas que no necesariamente “conocen” (en términos estrictos de presencialidad) pero que sí comparten emociones y experiencias.

El incremento del uso de estas tecnologías y de la participación activa en estas comunidades vuelve cada vez más difusos los límites entre las esferas pública y privada. Esta imprecisión impacta sobre la conformación de identidades y sobre la relación que establece el individuo con la realidad y con los vínculos que establece.

Se vuelve clave en los procesos de participación el compartir experiencias y emociones que vinculen a los miembros de una comunidad virtual. Es parte de una tendencia a objetivar y exteriorizar las operaciones mentales y los sentimientos personales. Los medios interactivos les piden que se identifiquen con la estructura mental de otra persona; sin embargo, sólo es posible reconocer meramente aquello que el otro individuo decide compartir.

En este mundo digital sólo se reconoce aquello que se elige hacer público. No obstante, paralelamente las tecnologías se vuelven cada vez más accesibles al usuario para fomentar intercambios que lleven a lo colectivo. De modo que hay una intención de que lo individual y personal se convierta en colectivo, compartible y público. Para la formación de comunidades digitales es indispensable la participación en red.

Retomando la concepción de interfaces mencionada anteriormente, las pantallas no son solamente nuevos medios en los que discurren textos, imágenes y sonidos. Se trata de una

realidad mediática en la que las pantallas forman parte de un ecosistema digital en el que los individuos consumen y producen constantemente. Allí interactúan y comparten contenidos de distinto modo, participando en una multiplicidad de comunidades virtuales.

En un afán de conectar se observa que el contenido producido o transformado está inmerso en un mundo virtual en el que convive con millones de otros textos. Por un lado, este contenido pasa a formar parte de una cadena infinita en la que la recuperación de la información que ofrecen los elementos hipertextuales lo posicionan en relación con otros fragmentos producidos. De esta forma, el digitalismo está tan inmerso en la cotidianidad de los individuos que ha pasado a influir en la construcción de su identidad y en sus formas de vincularse.

3.1.4. *Las redes sociales en el ecosistema cibercultural*

A partir de la línea teórica trazada en este capítulo, procederemos a intentar reconocer el lugar que ocupan las redes sociales dentro del ecosistema cibercultural actual integrado por interfaces y nuevos medios, elementos claves en las nuevas formas de relacionarse. El objetivo último será describir cómo estas redes dan lugar a los movimientos sociales en red y, un paso más adelante, a los ciberactivismos.

Para iniciar hemos de explicar a qué nos referimos al hablar de redes sociales. El concepto de red social ha ido evolucionando con el tiempo, cobrando nuevos sentidos y convergiendo con nuevos sistemas de comunicación. Actualmente, acompañadas de las potencialidades de Internet, las redes sociales han supuesto un salto de las relaciones presenciales hacia otras de carácter transmediático y virtual. Toman lugar aquí las comunidades virtuales de las que hablamos anteriormente.

Las redes sociales, según Boyd y Ellison (2007, como se citó en Monteros Corrales, 2018), son un servicio basado en Internet que permite a los individuos: construir un perfil dentro de un sistema delimitado; articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión; y recorrer su lista de conexiones y de las hechas por otros usuarios dentro del sistema.

Monteros Corrales (2018) incursiona aún más al respecto afirmando que las redes sociales se han convertido en medios de comunicación social. La investigadora toma la definición de

Verón de medios de comunicación, la cual considera como tales a los dispositivos tecnológicos de producción-reproducción asociados a determinadas condiciones de producción y a determinadas prácticas de recepción de dichos mensajes. Este concepto remarca así una perspectiva más cultural que técnica, en tanto ubica a las plataformas digitales en un contexto de usos sociales.

Al respecto, Van Dijck (2016) agrega: “Resulta una falacia creer que las plataformas no hacen más que facilitar las actividades en red; por el contrario, las plataformas y las prácticas sociales se constituyen mutuamente”. Por lo tanto, se retoma la cuestión de relación mutua y coevolución que se produce entre las plataformas y los individuos dentro del ecosistema de interfaces. Ubicando a las redes sociales desde esta perspectiva socio-cultural, podemos identificar ciertas características de las redes sociales vinculadas directamente con la cibercultura que hemos venido desarrollando en este capítulo. Tomaremos en cuenta: la participación en las comunidades virtuales; los modos de vinculación de acuerdo a los tipos de redes sociales; y el devenir de estos nuevos espacios de movilización.

En primer lugar, como ya hemos explicado, las redes sociales cumplen una función clave en términos de interacción. Considerando a Instagram como una de las redes sociales con mayor interacción y con más de 100 millones de usuarios activos mensualmente²⁶, resulta un medio fundamental para vincularse con otros individuos, para los procesos de construcción de sentido y, en consecuencia, para el moldeamiento de percepciones sociales.

Para desarrollar este punto, desde un aspecto tecno-comunicativo, partimos desde la propuesta teórica de Castells. En *La sociabilidad en Internet* (s/f), el autor propone el concepto de “privatización de la sociabilidad”. Se basa en la consideración de que se ha desarrollado una forma de sociabilidad en torno a Internet que consiste en la construcción de “lazos electivos”. No resultan de trabajar o convivir en un mismo lugar, de coincidir físicamente, sino que las personas se buscan entre sí para compartir intereses en común.

Por lo tanto, vemos aquí dos elementos que caracterizan a estos vínculos desarrollados en redes sociales: la decisión y la afinidad. La lógica que rige a estas comunidades digitales se basa en redes de afinidades. Existe una cultura participativa que surge a partir del interés por conectar con otros usuarios y compartir a la comunidad los intereses individuales. Las plataformas se alimentaron de estos axiomas e hicieron todo lo posible por ser “un medio más social que el anterior” (Gómez et al, 2020).

²⁶ IAB Spain (2018). Estudio anual de redes sociales. España.

Aquí cabe hacer una aclaración al respecto: el fin único de una red social no es necesariamente relacionarse con otros. No obstante, aunque estas plataformas poseen múltiples funciones (tales como marketing, comercio electrónico, educación, ocio, entre otras), la capacidad de conexión resulta un aspecto siempre presente.

Esto ha llevado a que una multiplicidad de autores hayan propuesto diversas clasificaciones. Sin embargo, para este estudio tomaremos la **clasificación de las redes sociales** que presenta Van Dijck (2016). Aclarando que categorizar a la totalidad de redes sociales y sus evoluciones individuales resultaría una tarea imposible, el autor propone una categorización -cuyo orden de presentación no implica una jerarquización- que sirve a modo de esquema para poder estudiarlas.

En primer lugar, presenta a los *Social Networking Sites* (SNS). Se trata de los sitios de red social que priorizan el contacto interpersonal, sea entre individuos o grupos. Buscan que se forjen conexiones personales o profesionales y alientan la formación de lazos débiles. Aquí ubica a Facebook, Twitter y LinkedIn.

Luego se encuentran los *User-generated Content Sites* (UGC). Apunta a las plataformas que promueven la generación de contenido creado por los propios usuarios. Poseen herramientas que promueven la actividad cultural y el intercambio de contenido (amateur o profesional). Ubica en esta categoría a YouTube y Wikipedia.

En tercer lugar propone a los *Trading and Marketing Sites* (TMS). Incluye a aquellas plataformas sociales de mercadotecnia y comercialización, cuyo objetivo es el intercambio o venta de productos. Mercado Libre y Amazon son claros ejemplos de ello. Por último, están las redes de entretenimiento y sitios de juego, los *Play and Game Sites* (PGS). Se trata de espacios de encuentro centrados en el ocio y juegos virtuales, donde podría ubicarse a Discord.

Si bien esta categorización es práctica al momento de abordar los objetivos de las redes sociales, en la realidad existe una imposibilidad de trazar límites nítidos entre las distintas categorías, debido a que constantemente están ampliando su ámbito de incumbencia en la sociabilidad. **Instagram** resulta un caso claro de esta evolución. Habiéndose iniciado como una red social destinada al intercambio de contenido (haciendo uso exclusivo de fotografías), Instagram se ve atravesada por todas estas categorías al haber crecido en términos de funciones y de usuarios.

Resulta una red social que continuamente suma más herramientas para compartir contenido. Por un lado, podría ubicarse dentro de los SNS al considerar que prioriza las interacciones interpersonales. Su objetivo más manifiesto es la interacción entre usuarios para lo que asigna posibilidades de: compartir contenido audiovisual de todo tipo de modo permanente o fugaz (considerando los posts o las historias y las espontáneas); seleccionar con quiénes se desea interactuar (seleccionando un tipo de cuenta privada o pública o incluso pudiendo elegir un público específico en la categoría “Mejores amigos”); enunciar opiniones y expresiones respecto a movimientos o posturas de otros usuarios (a partir de los comentarios, del envío de ese contenido a un tercer usuario o de la posibilidad de compartirlo en historias).

No obstante, continúa desde sus orígenes como parte de las UGC. Instagram nació como una plataforma para exclusivamente compartir contenido fotográfico y fue evolucionando hasta ser la red social masiva que es hoy en día. Actualmente ofrece variadas herramientas para publicar contenido audiovisual (filtros, efectos, posibilidad de agregar música y sonidos, etc.). Apunta a la construcción colectiva de contenido a partir de la posibilidad de remixar contenido, reconfigurarlo y/o incorporarlo al propio.

Por ejemplo, a partir de la publicación de un *reel* desde una cuenta pública, es posible:

- a. compartirlo a través de *stories* o como mensaje, de modo que se agregue una opinión al respecto y que sea visto por nuevos usuarios;
- b. remixarlo en otro *reel*, incorporando nuevos significados y originando un nuevo discurso;
- c. tomar únicamente su audio para utilizarlo en otro producto audiovisual;
- d. en caso de poseer un efecto, utilizarlo en contenido propio;
- e. comentar públicamente, dando lugar a la generación de debates;
- f. encontrar más publicaciones del mismo tema a partir de los hashtags aplicados.

Esta red social permite así el desarrollo coparticipativo de discursos. Se trata de un espacio para crear y compartir contenido como para la generación de espacios de discusión pública. La sección “Explorar” cumple allí un papel fundamental para descubrir nuevo contenido de otros usuarios.

En los últimos años, Instagram ha buscado ir más allá de estos ámbitos en los que se había establecido como una de las redes sociales más populares y se inserta en el mundo del comercio electrónico. Se suma así a la categoría de TMS a partir de la creación en 2021 de su

propio *marketplace*. En términos generales y sin sumergirnos en profundidad en este tema, podemos ver allí dos cuestiones. Por un lado, los usuarios suman allí una nueva capacidad: la de intercambiar productos y servicios en este mundo virtual con acceso a un número creciente de usuarios. Por otro lado, vemos allí la relación directa que existe entre este ecosistema online y el contexto económico, social y cultural en el que se desarrolla. El mundo virtual no se despega nunca del físico.

A partir de ello, podemos analizar cómo se han visto modificadas las formas de sociabilidad que se han desarrollado en Instagram con el paso del tiempo. En la medida en que la red social ha incorporado nueva información y herramientas de comunicación, las formas y motivos por los que interactúan los usuarios han ido cambiando. No obstante, en todas las categorías se presenta un mismo elemento: los usuarios conectan entre ellos según intereses comunes (ya sean actividades, opiniones políticas, gustos o intercambio de productos).

Van Dijck (2016) sugiere que este tipo de plataformas se han vuelto interesantes justamente por su capacidad de conexión y que términos como “cultura participativa” son utilizados para describir esta capacidad de construir comunidades e incluso fomentar democracia. No se trataría de la emergencia de una nueva sociedad totalmente online sino de la apropiación de nuevas herramientas y posibilidades en el ámbito social.

El reconocimiento de los principios de funcionamiento de la red social permiten identificar cómo pueden desarrollarse allí las comunidades virtuales. Castells (s/f) afirma que Internet es un instrumento que desarrolla pero no cambia los comportamientos, sino que los comportamientos se apropian de Internet y, por tanto, se amplifican y se potencian a partir de lo que son. Esto implica entonces que Instagram potencia el desarrollo de redes de relaciones sociales siguiendo la lógica de funcionamiento de esta plataforma digital. Mientras que en un principio estas relaciones seguían una lógica meramente artística, hoy en día los lazos sociales comparten una base centrada en la base de gustos e intereses particulares de los usuarios.

Esta traspolación de interacciones físicas hacia lo digital, cuyo alcance y formas de desarrollarse se ve potenciado por la multiplicidad de herramientas que ofrece la red social, se presenta a su vez como posibilidad para que los individuos compartan tanto intereses como preocupaciones. Ya en 1995, Riechman y Fernandez Buey explicaban que Internet había creado un entorno de comunicación y colaboración donde se desarrollan formas de

interacción social basadas en estructuras descentralizadas y anti-jerárquicas (Gómez et al., 2020).

Por consiguiente, ubicando a Instagram dentro del ecosistema de interfaces, consideramos que otorga a sus usuarios la capacidad de participar potenciando sus propias capacidades individuales orientadas a la construcción colectiva. Podemos concluir entonces en que Instagram es una red social que apuesta por las interacciones interpersonales, donde los usuarios comparten contenido curado y editado, y que al final del día también funciona como vidriera para propulsar venta de productos, estilos de vida, ideologías (Van Dijck, 2016), dando lugar al surgimiento de comunidades virtuales y movimientos sociales.

3.2. Ciberactivismo

El imparable desarrollo tecnológico ha dotado a los individuos de herramientas para hacer visibles ciertas causas y movimientos sociales. Las redes sociales se han convertido tanto en un espacio para el intercambio y conexión entre usuarios como en una herramienta esencial para el empoderamiento ciudadano.

Habiendo analizado las características de las comunidades digitales y su actual desarrollo en redes sociales como Instagram, este apartado pretenderá explicar brevemente en qué consiste el activismo y su devenir en activismo digital.

3.2.1. Introducción al activismo

Las profesoras en comunicación Zeler, Aguilera Morilla y Oliveira afirman en su artículo “*La comunicación de los activistas en Instagram: el caso de los influencers de habla hispana*” (2020) que el activismo, impulsado por movimientos sociales, es un sistema de acción formado por un conjunto de individuos, grupos y organizaciones con intereses comunes, identidades compartidas, prácticas colectivas y objetivos concretos. Es decir que hay una serie de principios que unen a individuos y los impulsan a la toma de acción hacia el logro de cambios sociales.

Para Oliver, (1984), el activismo puede ser definido como un conjunto de acciones comunes, efectuadas con la intención de conseguir un cambio, tanto en la sociedad como en economía o

política, con la finalidad de implicar a las personas para el logro de metas u objetivos comunes. En una sociedad donde los progresos tecnológicos se presentan día con día, son muchas las personas que han descubierto en ello una manera de manifestar sus ideas. El activismo social favorece la inclusión social porque se enfoca en auxiliar a los grupos marginados. Al contribuir en tareas de activismo social, las personas adquieren la seguridad, las habilidades y los conocimientos necesarios para transformar su mundo. El activismo social es capaz de promover la participación y la pluralidad hasta niveles necesarios para confrontar con resultados las tensiones y los desafíos del desarrollo en nuestros tiempos y, como resultado, libera un enorme potencial en beneficio del desarrollo humano. En la actualidad los movimientos sociales en el mundo van ocupando mayores espacios en las redes sociales.

El activista defiende y promueve una causa y lo expresa con el objetivo de sumar adhesiones y de propiciar que las autoridades o los responsables de la toma de decisiones actúen en sintonía con sus ideales o motivaciones. Los mismos, pueden desarrollar una actuación formal u orgánica, siguiendo los lineamientos de una entidad, o desempeñarse de una manera más informal o espontánea. Ambas facetas, incluso, pueden complementarse dependiendo del momento y del contexto. No obstante, independiente de este aspecto, siempre es necesaria la **participación**. Jvostov (2008) considera que el activismo social es una estrategia importante para lograr la participación en los cambios sociales. Puede ser determinante en la elaboración de políticas, toma de decisiones, pero también puede promover un cambio social al aportar elementos para la transformación individual, ya que hace que las personas que han adquirido una mayor comprensión o conciencia de una situación modifiquen sus ideas, enfoques y conductas.

3.2.2. *Implicancias del ciberactivismo*

A partir de los cambios tecnológicos y las nuevas formas de organización y comunicación social, la forma de llevar a cabo el activismo tradicional ha evolucionado. Como hemos venido hablando a lo largo de este capítulo, las tecnologías han ido coevolucionando con las formas de relación y de conocer el mundo de los individuos. Internet ha abierto un abanico de posibilidades para la canalización y expresión de protestas sociales y de participación política. De ahí que las modalidades de participación se hayan multiplicado.

A continuación, pasaremos a explicar en qué consiste el ciberactivismo, cómo toma lugar en las comunidades digitales, el devenir de los prosumidores en ciberactivistas, y, en específico, cómo se desarrolla en redes sociales como Instagram.

Las formas tradicionales de participación han devenido en nuevos comportamientos sociales y políticos en un contexto digital que pretende ser más descentralizado y anti-jerárquico. Surge aquí el activismo digital (también llamado **ciberactivismo**), entendido como una estrategia que pretende la inclusión de un nuevo tema en la agenda pública, mediante la difusión mensajes multiplicados en los medios digitales (Ugarte, 2018, como se citó en Gómez et al, 2020). De este modo, dentro de las manifestaciones sociales y políticas encaminadas a generar cambios o alcanzar fines comunes que implican el activismo en sí, éstas en específico se caracterizan por el uso de las diferentes herramientas que ofrecen los entornos digitales.

En otras palabras, se presenta como una nueva forma de reivindicación de los nuevos movimientos sociales por parte de la sociedad actual, con el objetivo de lograr un cambio social mediante el apoyo de las herramientas digitales. Es importante considerar aquí que no se trata de un paquete específico de herramientas que se articulan de forma cerrada, sino que se modifica y evoluciona a medida que lo hacen las TICs. De este modo, se ha utilizado: mensajes de texto, correo electrónico, firma de peticiones online, vídeos de protesta, blogs y redes sociales.

Respecto a estas últimas, García-Estévez (2018) afirma:

“[las redes sociales] son una constante de crucial importancia en la difusión, gestación, organización y coordinación de acciones de protesta. Son el núcleo donde confluyen el resto de técnicas. Estas plataformas se convierten en centros neurálgicos para informar y acceder a información, conseguir viralidad internacional, presionar a los poderes, recaudar fondos y generar acciones concretas”.

Por lo tanto, las redes sociales no sólo se presentan como nuevos espacios ciudadanos para el encuentro con otros ciudadanos y para el acceso a una gran cantidad de información, sino que también ofrecen diversas funciones para la difusión de contenido a audiencias grandes y específicas, de modo rápido y eficaz. Ofrecen una capacidad de influencia a los activistas que

les da un alto nivel de credibilidad para un colectivo determinado y los posiciona como líderes de opinión a nivel digital (Ídem).

La autora afirma que **Instagram**, por ejemplo, es la red social más elegida por los ciberactivistas para comunicarse con los usuarios, ya que genera mejores resultados a nivel de *engagement*. A través de una presencia activa en Instagram, de la difusión de contenidos de valor y del uso estratégico de las funciones de esta red social (como por ejemplo, de hashtags que permiten ubicar el contenido en audiencias de interés), los ciberactivistas tienen una mayor posibilidad de generar interacción en las comunidades virtuales.

Las comunidades virtuales asumen aquí un sentido particular en tanto su punto de unión se centra en la búsqueda de cambios sociales. Por tanto, se reflejan en las acciones de los grupos ciberactivistas aquellas características de las comunidades digitales.

En primer lugar, siguiendo la propuesta de Castells (2001, como se citó en Albarello, 2019) se puede resaltar la horizontalidad que caracteriza a estas comunidades. El autor considera que este mundo virtual pretende diluir la jerarquía de poder entre los participantes, generando lugares de debate y espacios de intervención como lo son por ejemplo los foros virtuales. Afirma que “la telaraña de conexiones” permite intercambiar experiencias, funcionando como bastiones para la defensa de identidades culturales y de la democratización de la vida social. Por tanto, contribuye así a potencias tácticas de denuncia, resistencia e insurgencia contra el statu quo.

Retomando la cuestión de decisión de participar que implican las comunidades virtuales, consideramos que la participación en estos grupos ciberactivistas implica una actitud de empoderamiento. Esta decisión de participación implica en este caso una politicidad que se genera desde abajo y, por lo tanto, resulta una decisión de posicionarse como resistencia contra el poder instituido.

Es importante resaltar que el ciberactivismo no se resume en tener acceso a las TICs y saber cómo emplearlas con fines políticos y sociales, sino que todo ello responde a un elemento imprescindible que es la conciencia social y comprometida. Como explica García-Estévez (2018), el éxito de una causa política o social no se mide solamente en la cantidad de *likes* en Facebook e Instagram, o *retweets* en Twitter. Probablemente esa viralización -al implicar visibilidad pública- contribuya para la consecución de los objetivos. Sin embargo, sin un

verdadero compromiso por parte de los miembros de la comunidad virtual hacia la causa, todas esas acciones quedarán en meras expresiones de indignación.

Esto es a lo que hacen referencia ciertos autores (García Lucero et al, 2013) cuando consideran que la participación activista opera en dos niveles diferentes simultáneamente. Por un lado, las implicancias políticas de la participación en el mundo real. Es decir, “la decisión de actuar desde una determinada comunidad virtual con objetivos políticos precisos”, ya sean estos partidarios, ecológicos, sociales, identitarios, etc. Por otro lado, la pertenencia a las comunidades virtuales es en sí misma “una acción política que se ejecuta gracias a reglas propias” establecidas por la misma comunidad virtual.

En segundo lugar, las comunidades ciberactivistas se caracterizan por la producción colaborativa de contenidos. Numerosos autores (Igarza, 2008; Navarro, 2011; Balda, Delgado Ulloa y Panchana, 2016) postulan que la clave de las redes sociales como herramienta para el activismo social es que facilita el periodismo ciudadano o neoperiodismo. Lo pone a un nivel de fácil acceso y uso “para que cada una de las personas pueda documentar y evidenciar en vivo su versión de la historia; facilitando no sólo la divulgación sino también el tiempo de publicación y respuesta” (Balda et al, 2016).

Por consecuencia, lo que en las comunidades digitales implicaba que la historia de uno pase a ser una historia de muchos; acá implica que las vivencias personales pasan a ser esenciales para la estructura y exposición de casos de demandas ciudadanas colectivas. Las redes sociales actúan diversificando las fuentes de información y proponiendo otros puntos de vista que, en su conjunto, pueden “dar una visión más holográfica de la situación” (García et al, 2020). Dan lugar así a una mayor capacidad de intervención política a los prosumidores.

Allí podemos retomar otra característica de las comunidades virtuales: el papel de los prosumidores. En este contexto, los individuos no sólo asumen un rol activo como consumidores y productores de contenido en el mundo digital, sino que lo hacen en un escenario social, político y económico. Pérez Escolar (2016, como se citó en Gómez et al, 2020) afirma al respecto: “Se considera un prosumidor del conocimiento colectivo que invita y convoca a otros usuarios a participar en espacios de debate, colaboración ciudadana y reivindicación política”. Los **ciberactivistas** se desenvuelven en las redes sociales, creando, remixando y compartiendo contenidos de forma abierta y accesible, con el objetivo de hacer eco de un tema y darle tratamiento social.

De acuerdo al grado de influencia que posea el activista, algunos autores hablan de “*influencer* activista”. Se trata de un creador de contenido con un gran número de seguidores que utiliza las redes sociales para comunicarse e interactuar con otros usuarios compartiendo y creando opiniones, pensamientos, ideas o reflexiones con relación a una causa, con la finalidad de que estos emprendan acciones (García Fortuny, 2018; Serrano, 2018; Ugarte, 2018).

Para esta definición se toman aspectos del concepto de líder de opinión. Los líderes de opinión “se caracterizan por su interés en un determinado ámbito, que los lleva a mantenerse informados y a compartir su conocimiento con su entorno, teniendo por tanto una actitud activa” (Clavijo Ferreira y Pérez Curiel, 2017). Tomando esa concepción como base, García Fortuny (2018) explica que el rol de los *influencers* es similar, sólo que suma una característica al presentarse exclusivamente en redes sociales; mientras que los líderes de opinión suelen presentarse generalmente en medios de comunicación tradicionales.

Sumado a ello, para llevarlo hacia el concepto de ciberactivista le incorporamos la consideración de que el ámbito de interés e influencia en el que se desempeña este *influencer* se trata de causas activistas. Por lo tanto, tienen un fuerte poder de influencia sobre la opinión de otros usuarios de la misma comunidad ciberactivista.

Independientemente del grado de influencia que pueda poseer el ciberactivista, su contenido puede ser clasificado de acuerdo a diversos criterios. Siguiendo con los objetivos de nuestro trabajo de investigación, tomaremos la clasificación que proponen las profesoras Aguilera Morilla, Olivera y Zeler (2020). De este modo, considerando como criterio las causas que se pretenden defender y difundir a través del ciberactivismo, podemos encontrar ciberactivistas: sociales, medioambientales o políticos.

El ciberactivismo social está orientado a causas estudiantiles, el feminismo, la discriminación de minorías étnicas y la defensa de derechos del movimiento LGBTIQ+. Por ejemplo, se puede tomar como ejemplo la campaña española #nomellamonena²⁷, cuyo objetivo era luchar contra el acoso que sufrían las vecinas del barrio madrileño de Lavapiés. Se basó en compartir por redes sociales una serie de fotografías en blanco y negro, que tomaban como protagonistas a mujeres de distintas edades, clases y apariencia, con carteles de denuncia en sus manos.

²⁷ Resiliencia Feminista. (20 de octubre de 2014). #nomellamonena. Facebook. Recuperado de: <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.639802056132859&type=3>

Segundo, el ciberactivismo medioambiental engloba causas como la defensa de los animales, los recursos ambientales, el cambio climático y las emergencias climáticas. Un ejemplo de ello se presentó en Argentina en 2021, solicitando la protección de los carpinchos y de la promulgación de una ley que proteja los humedales en el país. Tras la denuncia de vecinos de la localidad bonaerense de Nordelta de una “invasión”²⁸ de carpinchos, desde las redes sociales se inició un movimiento en favor de la protección de estos animales y de sus hábitats. Se compartieron principalmente memes, vídeos e incluso se elaboró una canción que se hizo viral.

Por último, se propone el ciberactivismo político como aquel que toma como motivo de lucha a la educación y sanidad de calidad, los derechos humanos fundamentales, la desigualdad salarial, la reforma de leyes laborales, etc.

Tomando como base lo expresado, podemos ver cómo los ciberactivistas utilizan redes sociales como Instagram para compartir intereses, experiencias y preocupaciones con otros individuos. Buscan formar conexiones a partir de las cuales movilizarse hacia el cambio social. De este modo, se convierten en miembros de comunidades digitales donde difunden ideas al tener una influencia potencial sobre su audiencia. De modo económico, rápido y efectivo obtienen la posibilidad de difundir información en un contexto descentralizado y horizontal.

3.3. La corporalidad en torno a espacios disciplinadores

Uno de los ejes centrales de este trabajo es la corporalidad hegemónica, entendida dentro de un contexto de biopoder²⁹. Creemos que existe una relación directa entre la materialidad de los cuerpos y los discursos sociales, que se desarrolla de modo tal que la corporalidad está atravesada por una serie de categorías sociales que determinan la posición de los individuos en el mundo social.

²⁸ Sidioti Gigli, M. (2021). *Carpinchomanía, el nuevo activismo de los famosos*. Sociedad. Revista Noticias. Recuperado de:

<https://noticias.perfil.com/noticias/informacion-general/carpinchomania-activismo-de-famosos.phtml>

²⁹ Tomamos el término “biopoder” de Foucault (2004), quien lo define como la práctica de los Estados modernos de explotar numerosas y diversas técnicas para subyugar los cuerpos y controlar la población. Se entiende que en estas sociedades el cuerpo sólo se convierte en fuerza útil cuando es a la vez cuerpo productivo y cuerpo sometido. Por lo tanto, las instituciones ejercen su poder sobre los cuerpos al modelar y encauzar conductas, mediante la producción de subjetividades normalizadas.

A partir de ello, en este apartado buscaremos definir los cuerpos en relación con los discursos sociales; desarrollar los métodos de vigilancia que tiene por objetivo la normalización de los cuerpos -y, así, el establecimiento de cierta corporalidad hegemónica-; describir la presentación de los cuerpos como fuente de capital simbólico; y ahondar en la construcción de nuevas formas de nombrar y representar la corporalidad..

3.3.1. Cuerpos sociales

Más allá de la materialidad del cuerpo en sí mismo, a lo largo del tiempo se han asignado diversas concepciones referentes al cuerpo. Como unidad funcional, como protector del alma, como valor productivo, como expresión social.

La psiquiatra María Sol Hernando (2020) se posiciona desde un punto de vista socio-histórico y analiza los diferentes abordajes que se han hecho del cuerpo desde distintas ciencias. Explica que en el discurso médico, por ejemplo, el cuerpo aparece como una unidad funcional, un sustrato orgánico, que es sano o enfermo, despojado de subjetividades o matices. Es objeto de estudio, diagnóstico y tratamiento.

Para el psicoanálisis, en cambio, el cuerpo es una construcción completamente subjetiva. No se considera el cuerpo desde lo orgánico sino en tanto asociación de representaciones o cadena significante. Por otro lado, desde la antropología se ha considerado el cuerpo como un conjunto de prácticas sociales y disciplinas corporales. La autora allí explica:

“El cuerpo en tanto producto social proviene de la conjunción de diferentes mediaciones: fundamentalmente hábitos de consumo y condiciones de trabajo, brindando categorías de percepción y clasificación, relacionados a la distribución de bienes simbólicos y materiales entre las clases sociales, la perspectiva del cuerpo como sistema de signos, vehículo de significados y símbolos, en donde el cuerpo aparece como una fuente de metáforas sobre la organización de la sociedad y los enfoques semióticos del cuerpo” (2020).

Es a partir de ello que podemos afirmar que la corporalidad humana va más allá de la mera materia que la compone, sino que con y a través de los cuerpos, los individuos producen y reproducen valores y significados sociales. En palabras de Foucault (1975): “el cuerpo oficia

de texto para que la realidad se escriba”. Es decir, que los cuerpos implican discursos sobre quiénes somos y cómo nos representamos.

Begonya Enguix Grau y Ana María González Ramos (2019), especialistas en género, cuerpo e identidades, explican que los cuerpos son productores individuales, sociales y simbólicos de discursos sobre la identidad. Esta perspectiva sociocultural asume que los cuerpos son atravesados por imaginarios sociales, como por ejemplo el género, que impactan en la posición del individuo en el mundo social. Existen códigos discursivos y convenciones sociales mediante las que el género se vehicula corporalmente y que se relacionan con los imaginarios sobre lo que se considera bello, aceptable o deseable.

Las autoras agregan que se trata de representaciones sociales sobre el cuerpo, que siguen patrones basados en significados y representaciones corporales de la cultura popular, es decir, aquella producida por los medios de comunicación y de consumo masivo, que funcionan como modelos a seguir. En la actual sociedad de consumo, existen prácticas discursivas muy ligadas a la estimulación de la belleza física y al consumo como fines en sí mismos, que impactan directamente sobre las representaciones sociales que se comparten.

Estas intersecciones conforman la dinámica entre lo normativo y lo desregulado, lo evocado y lo esperado, lo deseado y lo repulsivo, a partir de la incorporación en los imaginarios sociales de tales códigos y convenciones sobre aspectos como el género y los cuerpos. De este modo, existentes cuerpos “ordenados”, en los que la secuencia cuerpo-género es coherente con el orden y los imaginarios sociales, y cuerpos “desordenados”, en los que un elemento perturbador modifica la interpretación social sobre esa representación corporal: son cuerpos que desvelan y exceden los límites normativos de la matriz corporal (Butler, 1990, como se citó en Enguix Grau y González Ramos, 2019).

Es importante considerar aquí que estas categorías sociales que atraviesan la configuración e interpretación de los cuerpos se da en un contexto socio-histórico determinado. Los sentidos de los que se invisten los cuerpos responden a un sistema político que asume su territorialidad mediante su inscripción en los cuerpos. El cuerpo se consagra entonces como “el espacio donde se traman las relaciones sociales en términos de construcción histórica” (Hernando, 2020).

Foucault (1975) afirma al respecto: “El cuerpo humano es, como sabemos, una fuerza de producción, pero el cuerpo no existe tal cual, como un artículo biológico o como un material.

El cuerpo humano existe en y a través de un sistema político”. Se trata de un poder político que produce subjetividades estandarizadas a través de las cuales fiscaliza y controla la conducta, sus comportamientos, aptitudes y preferencias.

Al basarse en la producción de “saberes únicos” (Ídem), esta forma de ejercicio de poder institucional resulta invisible a los sujetos en tanto no resulta un poder represivo sino normalizador. Se reproducen saberes y verdades que tienen como objetivo clasificar, medir, jerarquizar y excluir cuestiones de la vida diaria, teniendo como parámetro una norma. De esta forma, la norma apunta a *lo normal*, lo esperado que se realice. Foucault la denomina “disciplina”.

Basándonos en esta noción de cuerpo como un hecho simbólico, político y social que es disciplinado y dominado, reformularemos la clasificación de los cuerpos que hace Butler (1990) para proponer las siguientes dos categorías para el análisis en este trabajo: hegemónico y disidente. Asumimos como **cuerpos hegemónicos** todos aquellos que responden al modelo corporal cultural del *deber ser*. Se encuentran dentro de los cánones estéticos que impone “la cultura occidental de la imagen” (Hernando, 2020) y obedecen a las lógicas de lo que se considera atractivo y deseable en el imaginario social. Se trata de “cuerpos modelados conforme a los cánones corporales establecidos y aceptados mayoritariamente” (Enguix Grau y González Ramos, 2019).

Por otro lado, los **cuerpos disidentes** son aquellos que no forman parte y/o resisten los cánones normativos (estereotípicos) que se producen y reproducen en el imaginario social. Se apunta a una diversidad corporal, en tanto atentan contra la matriz política que busca organizarlos corporalmente (Hernando, 2020).

Dentro de esta categoría forman parte numerosas formas de corporalidad, de acuerdo al parámetro sociocultural que se analice. Por ejemplo, considerando el género podemos encontrarnos con corporalidades *agender*, *transgender* y *genderfluid*; considerando la diversidad funcional, con corporalidades con distintas formas de discapacidad; y considerando la estética, con corporalidades gordas. En todos los casos, se trata de formas de habitar el cuerpo que no responden a la “normalidad” considerada por el imaginario social en un espacio y tiempo determinados. Es decir, que incluso un modelo de cuerpo “normal” puede no serlo en un contexto socio histórico diferente.

Es importante considerar que si bien no hay un único cuerpo “normal” como modelo ideal homogéneo, bajo este régimen sí hay variables que acercan o alejan a los individuos del objetivo de encajar en patrones corporales. La epistemóloga Esther Díaz habla de la existencia de ciertas “jerarquías corporales”³⁰ a partir de la distancia con estos patrones corporales que van modificándose con el tiempo. Ello la lleva a afirmar: “En el cine mudo las bellezas femeninas eran gordas, unos decenios después debían ser esqueléticas. El ideal corporal de mujer pasó a ser el cuerpo de la modelo Twiggy (ramita)”.

El publicista Santiago Olivera habla sobre la representación de la diversidad corporal en las publicidades de medios audiovisuales argentinos en el documental “*Gordofobia: cuando mostrar el cuerpo es una revolución*”³¹. Siguiendo la misma línea que Díaz, Olivera sostiene: “Podemos decir que durante mucho tiempo el estereotipo de belleza femenina era una chica alta, básicamente con piernas altas, flaca, rubia de ojos claros [...] La ausencia de gordos en la publicidad no llama la atención. Nadie se da cuenta hasta que alguien lo hace notar”.

Vemos entonces que en la actualidad entran en la categoría de cuerpos hegemónicos aquellos considerados como delgados. Se establecen como parámetros normativos de delgadez lo conocido popularmente como “el 90-60-90”, en donde los 90 representan las medidas estándares que deberían tener las mujeres en el pecho y la cadera; y los 60 son los centímetros que se deberían tener de cintura.

Estas medidas estándares han predominado en el imaginario social como corporalidades hegemónicas así como también lo han hecho otras características como el tono de color de pelo y de piel. Se ha tomado como modelo el ser rubia, de ojos claros y piel ligeramente bronceada.

A partir de ello, si la delgadez es asumida como característica de los cuerpos hegemónicos en el contexto sociohistórico actual, entonces los cuerpos gordos representan a los cuerpos disidentes. Están fuera de los cánones normativos y, por lo tanto, atentan con la representación corporal asumida como deseable/aceptable. Díaz³² agrega a esta consideración otras características que la llevan a considerar que, dentro de la cultura patriarcal heteronormativa occidental, ser “mujer, disidente sexual, inmigrante, afrodescendiente,

³⁰ Díaz, E. (10 de diciembre de 2021). Mi cuerpo es todo lo que tengo. Las12. Página 12. Recuperado desde: <https://www.pagina12.com.ar/387755-mi-cuerpo-es-todo-lo-que-tengo>

³¹ Filo News. (2019) GORDOFOBIA: cuando MOSTRAR EL CUERPO es una REVOLUCIÓN | Filo.docs. Recuperado desde: <https://www.youtube.com/watch?v=U5GSeElhmJE>

³² Díaz, E. (19 de febrero de 2021). Lo que puede un cuerpo. Las12. Página 12. Recuperado desde: <https://www.pagina12.com.ar/324295-lo-que-puede-un-cuerpo>

originarie, pobre o discapacitate” implica exponer el cuerpo de forma “pasiva”, entendiéndolo de forma despectiva en tanto lo asume como exponerse a padecer discriminación.

En todos los cuerpos se inscribe y asienta el orden social, de modo tal que las características materiales que presenten serán leídas favorable o desfavorablemente de acuerdo a la interpretación que se establezca como “normal”. Para que estos discursos operen no sólo se necesita de instancias y sujetos que produzcan y reproduzcan estas subjetividades, que disciplinen y normalicen, sino también se debe vigilar que así sea.

3.3.2. La normalización de los cuerpos

El discurso médico es uno de los principales dispositivos de control que existe dentro del **biopoder**. Para Foucault (2004), la ciencia médica propugna un discurso en el que, a través del pretexto de la salud, se potencia la normalización de los cuerpos. En consecuencia, resulta en un tipo de dominación sobre el cuerpo que se cimienta en una legitimidad técnico-científica.

El saber médico ha patologizado la gordura de tal modo que se considera todo tipo de gordura como un riesgo médico en sí mismo incluso cuando hay evidencia científica de que no hay una causalidad plena. Hernando (2020) afirma al respecto:

“Las narrativas médicas que rodean la ‘epidemia de obesidad’ han generado tanto temor ante la gordura que han penetrado en la conciencia colectiva occidental, y estas preocupaciones se han manifestado en la forma de pánico moral. La medicalización de la gordura a través de la creación de la enfermedad de la ‘obesidad’ ha implicado necesariamente una combinación de las narrativas e imperativos médico hegemónicos y las formaciones discursivas histórico-culturales de la gordura como una falta moral y como una afrenta estética”

De este modo, el discurso médico ha propuesto un modelo de apariencia normal y normativa, donde la gordura se presenta como una amenaza directa a la salud. Por lo tanto, este sistema toma como base este conocimiento técnico-científico -mientras paralelamente busca

invisibilizar su contexto sociohistórico específico- para producir cuerpos sometidos, transformados y perfeccionados de acuerdo a sus intereses.

Para que este sistema funcione, el discurso médico se enraiza en las subjetividades cotidianas. Los medios de comunicación y los ideales corporales mostrados por la cultura popular influyen enormemente en los modelos de belleza y la disciplina que las mujeres ejercen sobre sus cuerpos (Enguix Grau y González Ramos, 2019). De esta forma, el biopoder guía a los cuerpos a partir de la naturalización de formas de actuar y de pensar. Por lo tanto, para que resulte en el tiempo, se apunta hacia a las preferencias, gustos y tendencias de los individuos.

Al apuntar hacia estos gustos y formas de pensar, el parámetro que en un principio determinaba sano/enfermo se reconfigura en deseable/indeseable. El cuerpo se convierte así, según Bourdieu (1997), en “depositario de valores simbólicos y fuente capital simbólico”, no sólo ya por lo que puede hacer sino por cómo se presenta socialmente. La apariencia del cuerpo y su mayor o menor distancia de los cánones normativos afectan tanto a la construcción del yo como a sus relaciones sociales, y tiene una lectura en términos de poder (Johnson y Lennon, 1999, como se citó en Enguix Grau y Ramos, 2019).

Esto se ve claramente en el hecho de que en el discurso médico y social se relaciona la gordura con la responsabilidad individual y, en específico, con un estilo de vida nocivo de personas que eligen el sedentarismo y la mala calidad alimentaria. La historiadora Candela Gavrilá (2017) explica al respecto:

“La gordura, para esta cultura del hambre conscientemente administrado, es un símbolo de abandono, de falta de conducta, de poca acción, de enfermedad, de fracaso, de trauma, de cero sexo y de falta de deseo. Es la antítesis del éxito, en tanto beneficio privado a quienes responden a un modelo de cuerpo ejemplar: delgado, fuerte, vigoroso y ágil”.

De este modo, las mujeres son investidas de agencia y su gestión sobre el cuerpo y su disciplina sobre el cuidado del cuerpo parecen ser decisiones libres (Jeffreys, 2005). No obstante, esta automodelación del cuerpo responde en realidad a toda una serie de parámetros que desde el imaginario social se considera que deben cumplir ya no sólo para que se considere que poseen un cuerpo deseable sino incluso para que no se las vincule con el fracaso.

Esta presión por ajustarse a las normas estéticas vigentes ha desempeñado un papel clave en el desarrollo de Trastornos de la Conducta Alimentaria (TCA). Argentina es el segundo país con más casos de pacientes con TCA, abarcando entre un 10 y un 15% de su población³³. De ese porcentaje, el 90% corresponde a mujeres.

Se trata de trastornos psicológicos que poseen una relación directa con las formas de concebir el propio cuerpo y con las lecturas que se cree que los demás hacen del mismo. Por lo tanto, pueden leerse en términos de auto-vigilancia con el objetivo de responder a los cánones establecidos. Se han incorporado de tal modo en su vida diaria que leen en términos de éxito o fracaso social su cumplimiento, llegando a afectar considerablemente su salud física y psicológica.

Tal consideración peyorativa del término “gordura” implica que ya no se trata sólo de un calificativo que describe cómo es el cuerpo, sino que es percibido como “una inculpa (dejadéz, falta de cuidado), diagnóstico (enfermedad), y sentencia (muerte física o social)” (Contrera, 2013, como se citó en Quirós Sánchez, 2019). Es decir que todos los valores asociados a este tipo de cuerpo disidente son negativos y, por lo tanto, indeseables e incluso condenables socialmente.

Esta connotación negativa empeora aún más cuando se trata de una mujer. Aunque la objetificación de los cuerpos y la importancia que se le asigna a la apariencia y desempeño corporal afecta tanto a hombres como a mujeres, existen diferencias de **género** en el modo cómo los cuerpos de unos y otros se objetifican (Enguix Grau y González Ramos, 2019).

Las expectativas sociales para hombres y mujeres son diferentes debido a que los roles de género configuran procesos de inscripción simbólica diferenciados. Esto se debe a que las inscripciones corporales a nivel simbólico se configuran de manera binaria, unilateral, tal como explica Quirós Sánchez (2019):

“(La construcción de género) se realiza mediante la imposición de formas y estilos de comportamientos femenino/masculino que se contraponen de forma antagónica en la concreción de sus roles. [...] Estas variables simbólicas explican y justifican su existencia tanto en términos de constitución fenotípica, como en términos de

³³ Campos, D. (13 de diciembre de 2021). Argentina es el segundo país con más trastornos de conducta alimentaria: qué los originan y cómo ayudar a quienes los atraviesan. RED/ACCIÓN. Recuperado de: <https://www.redaccion.com.ar/tca-trastornos-de-conducta-alimentaria-tipos-y-tratamiento/#:~:text=Seg%C3%BAn%20datos%20de%20la%20Asociaci%C3%B3n, argentina%20tiene%20alg%C3%BAn%20trastorno%20alimentario>.

utilidad, deseo y demanda fáctica, así como en relación con el nivel de productividad dentro del sistema económico que el cuerpo represente; todo esto asignado, solicitado y legitimado de manera diferente para mujeres y hombres. A este proceso se le denomina: machismo”.

Esto quiere decir que se ha asumido en el imaginario colectivo una forma de leer a los sujetos de modo binario en el que, tomando como punto clasificador un atributo biológico (el sexo), se naturalizan atribuciones de roles. Esta naturalización de esos roles creados socialmente ha ubicado históricamente a la mujer en un rol subordinado al “poder del género masculino” (Lamas, 1991) y se mantiene inscrita en las percepciones e identidades en construcción.

Entendiendo que el cuerpo está atravesado por roles de género como conjunto de variables simbólicas que influyen en su lectura social, el poder patriarcal es un elemento clave que no puede dejarse de lado para el análisis. El análisis de la corporalidad femenina y masculina que asume este **sistema patriarcal** se para desde la diferenciación en las expectativas que cada uno debe alcanzar y en la aceptación social a lograr ante el logro o fracaso de su cumplimiento. En consecuencia, vemos dos parámetros diferentes.

Quirós Sánchez (2019) explica que por un lado, para cumplir con las características del cuerpo hegemónico que hemos explicado anteriormente, las mujeres tienden a experimentar procesos ansiosos de hipervigilancia en torno a la ingesta calórica, la interrogante personal o pública respecto al peso que posee, y la compra de artículos personales relacionados a su aspecto. Por otro lado, en el caso de los hombres el canon de belleza masculina para ajustarse a las realidades contemporáneas del mercado y dan paso a tendencias como la “fofisalud”. En términos generales, abarca a hombres de cualquier edad luciendo sus panzas al público como símbolo de éxito y erotización.

Miguel Acosta (2015), médico y profesor universitario español, explica esta tendencia como parte de este sistema patriarcal en el que la visión masculina cuenta con “la ventaja de contar con el monopolio de la mirada”, es decir, a contar con la capacidad de condicionar el cánón de belleza y los valores que se asignan a la corporalidad. Agrega:

“Cuando le ha interesado lo de ‘el hombre y el oso cuanto más pelo, más hermoso’, pues todo el mundo a lucir vello para ser más bellos; cuando ha sido el pelo largo, puesto todos a desmelenarse; cuando los músculos se convirtieron en referencia de cuidado, pues a marcar músculos. Y ahora tocan los michelines”.

Observamos aquí un cambio a lo largo del tiempo de lo propuesto como cuerpo hegemónico masculino. No obstante, se trata de cambios adaptativos que responden a las nuevas circunstancias de la sociedad. El cumplimiento o ausencia de estos atributos corporales no se vuelve un determinante en la lectura social de su corporalidad.

Vemos este parámetro diferenciado claramente en el ejemplo que propone Lia Copello, una publicista, ilustradora digital y ciberactivista feminista. Comenta: “Hasta desde el humor y el chiste, el gordo puede ser un ‘gordo piola’; ‘la pancita de la birra’. Se busca la manera de romantizar al gordo. Está el ‘gordito copado’. Y la gorda es una gorda, fin”.³⁴

Mientras que la gordura en la corporalidad femenina está asociado al descuido, a la falta de amor propio y de responsabilidad individual, en la corporalidad masculina la gordura se presenta meramente como un descriptor (como también podría serlo alto, bajo, castaño, rubio) o asociado a valores positivos que nada tienen que ver con su corporalidad (como el ser gracioso). Cuestiones como la disciplina y el cuidado no se marcan del mismo modo en el cuerpo masculino.

Esta situación ha llevado al uso del término “gorda” como un insulto. Se trata de una percepción violenta de la gordura, que se agrava en el caso de ser mujer, y que da lugar a un nuevo fenómeno discriminatorio: la **gordofobia** (o el gordo-odio³⁵). El colectivo gordes activistas (2021; pp. 3) lo define: “La gordofobia es un término utilizado para hacer referencia al odio, rechazo, discriminación y violencia que sufren las personas gordas por el solo hecho de ser gordas”.

Aunque la gordofobia actúa materialmente en las experiencias individuales de individuos que son maltratados o excluidos con motivo de su gordura, este fenómeno forma parte de una matriz mucho más grande. Se trata de uno de los grandes mecanismos de control y producción normado de los cuerpos, que se efectiviza a partir del despliegue de violencia psicológica y emocional.

³⁴ Filo News. (2019) GORDOFOBIA: cuando MOSTRAR EL CUERPO es una REVOLUCIÓN | Filo.docs. Recuperado desde: <https://www.youtube.com/watch?v=U5GSeElhmJE>

³⁵ Desde algunas líneas del movimiento *body-positive* en Argentina se busca hacer una distinción entre gordofobia y gordo-odio. María Virginia Godoy o “Señorita Bimbo” (Filo News, 2019), activista feminista y parte del Colectivo Gordes Activistas de Argentina, explica: “Fobia implica un padecer de alguien. El gordo-odio, que tiene más que ver con lo que pasa, es el rechazo y el ejercer mil y una formas de violencia [...] contra las personas con cuerpos gordos”. No obstante, consideramos que este fenómeno se presenta dentro de una gran matriz de opresión que involucra una multiplicidad de tecnologías de control biopolíticas que tienen como objetivo la eliminación de las corporalidades que no responden a los mandatos dados. Por lo tanto, al obedecer a este sistema opresor mayor, asumimos en la continuidad de este trabajo de análisis a los términos gordofobia y gordo-odio como uno solo.

Forma parte de una compleja matriz de opresión que abarca una multiplicidad de aparatos de control políticos que tienen por objetivo la eliminación material de las corporalidades gordas, ya que son entendidas como una enfermedad de escala global que pone en riesgo o empeora la calidad de vida de la población, deformando el propio límite del cuerpo a causa de un consumo excesivo de alimentos (Hernando, 2020). Esto implica entonces ir más allá de la experiencia discriminatoria individual puesto que incide en toda la población, construyendo en la población una mirada social sobre el cuerpo que siempre debe ser vigilado.

Ejemplos cotidianos pueden verse en el acoso callejero, en la ausencia de talles en locales de ropa -y comentarios burlescos o condescendientes al intentar comprar allí-, en la ausencia de mobiliario apto para personas con determinado peso (desde butacas en cines o aviones hasta equipo médico), en la exclusión en espacios recreativos, en el señalamiento constante en prácticas deportivas (sorpresa ante la posibilidad de poseer ciertas capacidades deportivas *pese* a su peso) y en muchos casos más. Se atenta así contra el acceso a derechos como el trato digno, la vestimenta y la salud.

Estas microagresiones constantes impactan en la salud mental de las víctimas en tanto buscan generar culpabilidad, **vergüenza** y/o auto responsabilización. Resultan en herramientas para la corrección de la desobediencia que suponen las gorduras. En el *Cuadernillo de sensibilización sobre temáticas de diversidad corporal gorda* creado por el Ministerio de las mujeres, políticas de género y diversidad sexual de Buenos Aires (2022) se explica:

“Los prejuicios y estereotipos funcionan como justificación social de la conducta discriminatoria que se esconde bajo la ‘buena’ intención por proveernos un consejo o una información que mejoren nuestra calidad de vida”.

De este modo, la agresión no debe ser considerada como un mero hecho violento hacia otro sujeto por su condición corporal, sino que debe leerse en términos de normatividad. Se busca “corregir” al otro individuo a partir de la presencia constante de la mirada crítica.

Vemos entonces un ataque sistemático a las corporalidades gordas que han llevado a que consecuentemente una parte de la sociedad sienta vergüenza o incomodidad de mostrar o enseñar su cuerpo delante de otras personas o mirarse a ellas mismas en los espejos. También hace que dejen de hacer actividades o deportes que les gusten por la incomodidad con su cuerpo. Se induce al ocultamiento progresivo de estos cuerpos disidentes, reafirmando la idea de que los cuerpos hegemónicos pertenecen a la “normalidad”.

3.3.3. La construcción de un contradiscurso: el *body-positive*

A lo largo del tiempo, han ido surgiendo contradiscursos opuestos a esta “verdad única” institucionalizada de la corporalidad. Nace así el *body positive* como movimiento social que cuestiona los estereotipos de belleza y la jerarquización de las personas por su aspecto, y avoca para que las características corporales no sean una condición para acceder a ningún derecho. Tiene como objetivo generar y fomentar un cambio cultural en torno a la percepción de la apariencia física, la relación con el cuerpo y la alimentación.

A partir de ello, en este último apartado del marco teórico nos centraremos en las formas de construcción de este contradiscurso. Para eso explicaremos: en qué consiste la diversidad corporal, y la resignificación de ciertos términos desde el empoderamiento y la búsqueda de visibilidad de los cuerpos disidentes.

Retomando lo desarrollado a lo largo de este trabajo, podemos afirmar que en la modernidad el bienestar se vincula con la corporalidad a través de parámetros estéticos donde un cuerpo bello, agradable, joven termina configurando un estándar de cuerpo sano (Alonso Sanchez, 2018). Para el imaginario colectivo, se trata de un cuerpo funcional, fuerte, ágil y productivo que puede ser representado en características como la delgadez, la ausencia de vello, el tono claro de piel, entre otras. Son cuerpos que se asumen como normales y que se asocian al éxito social.

En este contexto donde se promueven formas estandarizadas de pensar los cuerpos, surgen movimientos activistas que buscan romper con tales parámetros que establecen lo bello y aceptado. Buscan fomentar la autoestima, aceptación y confianza en uno mismo y eliminar los estereotipos de belleza, asumiendo diferentes vertientes (Pasca, 2021):

- *Skin positive*: busca que las personas muestren su piel tal y como es. Apunta a la aceptación de las marcas en la piel a causa del acné u otros trastornos dermatológicos o autoinmunes que se reflejan en la piel (como por ejemplo, los efectos del vitiligo);
- *Age positive*: toma como objetivo central el romper con los mandatos vinculados a la edad (especialmente en mujeres). Busca reconvertir los estereotipos en herramientas para empoderar a otras personas. Por ejemplo, se propone dejar de considerar como una obligación el teñirse y lucir las canas libremente;
- *Januhairy*: promueve la aceptación del vello corporal femenino como algo natural y abandonar su estigmatización. A partir de ello, han surgido campañas como *Project*

*Body Hair*³⁶, la cual propone que el depilarse debe ser una elección individual y no una obligación;

- *Body positive* (o positividad corporal): aboga por la aceptación de todos los cuerpos sin importar su forma, tamaño o apariencia. Tiene como objetivos desarmar los estándares de belleza preestablecidos que influyen las lecturas que se hacen de las corporalidades, y lograr que todas las personas posean una imagen corporal positiva de sí mismos.

De acuerdo a los objetivos de este trabajo de investigación, nos centraremos en este último movimiento y en las formas mediante las que construye un contradiscurso.

En la búsqueda de la aceptación de todos los cuerpos, el movimiento *body positive* toma como estandarte la defensa de la diversidad corporal. En Argentina, el Ministerio de las Mujeres, Políticas de Género y Diversidad Sexual (2021) define la **diversidad corporal** como “el conjunto de las corporalidades en sus múltiples diferencias y similitudes que no pueden ser asociadas a un modelo único de cuerpo”.

Esta perspectiva busca romper con el paradigma que establece un modelo hegemónico de corporalidad. Reconociendo los cuerpos como productos sociales, se propone lograr una resignificación cultural a partir de la visibilización de la diversidad corporal. Para ello, se propone por ejemplo una reconversión de: la industria del cine, a partir de personajes cuya característica principal no sea su corporalidad; el marketing, con la inclusión de corporalidades diversas en las publicidades; la industria de la moda, con la eliminación del “talle único” y la ampliación de la tabla de talles en base a estudios antropométricos de la población objetiva; y la mirada médica, a partir de la despatologización de la gordura y la aceptación de un paradigma de salud integral.

Aprovechando las oportunidades que ofrecen las redes sociales para la formación de comunidades virtuales, este movimiento se ha sumado a estos espacios para promover un discurso más inclusivo sobre la diversidad corporal. Este discurso se construye mediante: el intercambio de experiencias individuales vinculadas al amor propio y/o a la crítica de estos mandatos, la resignificación de ciertos términos (por ejemplo, la modificación de los valores

³⁶ 20minutos (4 de julio de 2018). Muestras a mujeres con pelos en axilas, ingles y piernas para normalizar que no depilarse es una opción. Noticia. 20minutos.es. Recuperado de: <https://www.20minutos.es/noticia/3386164/0/depilacion-mujeres-pelos-axilas-ingles-piernas-normalizar-opcion/>

asociados a la palabra “gorda” y la nueva perspectiva de salud integral), y la visibilización de cuerpos disidentes.

Pasaremos a explicar cada elemento. En primer lugar, los intercambios de experiencias suelen centrarse en dos aspectos: **el amor propio** y la crítica a los mandatos de belleza y estereotipos respecto a la corporalidad. Se trata de contenido que busca reformar las lecturas que se hace de los cuerpos, parándose desde la celebración de la diversidad de apariencias corporales y la autoaceptación de la propia imagen corporal. Se entiende que la noción moderna de belleza es un constructo de la sociedad por lo tanto no establece realmente una imagen verdadera de lo que implica un cuerpo normal (Sánchez Salcedo, 2019).

Magdalena Piñeyro (2016), filósofa con un máster en teoría feminista y activista que aboga por la diversidad corporal y el fin de la gordofobia, explica al respecto:

“La aceptación de los gordos no significa abogar por la gordura. La aceptación de los gordos habla de rechazar una cultura que nos lleva a sentir rabia y a fustigar nuestros cuerpos, incluso a odiarlos, buscando el camino certero. Se trata de poner nuestras propias fronteras y conocernos, y tomar decisiones inteligentes sobre cómo vivir y tratarnos a nosotros mismos, y defender con fiereza la privacidad de esas decisiones. Se trata de divulgar la idea de que cualquier cosa que hagas con tu cuerpo debe venir desde el amor propio y el cuidado de sí mismo, y no desde la culpabilidad, los (pre)juicios de los demás, o del castigo. Se trata de demandar que todos los cuerpos, sin importar su apariencia, edad o capacidad, sean tratados con respeto y dignidad”.

De este modo, en estas experiencias que se comparten en las comunidades virtuales se encuentran relatos en torno a la ruptura de los mecanismos de autovigilancia sobre la corporalidad, tomando como base el amor propio. Por lo tanto, las características y formas que asume el cuerpo en estos discursos no se asocian a valores negativos (vinculados a lo no deseable) sino a valores positivos -o neutros en su defecto-.

Se considera que esta lectura positiva sobre la propia corporalidad posee un mayor grado de éxito en la mejora de la salud integral (Bacon, 2010), sin caer en técnicas de autovigilancia y autocastigo (como los TCA). Se abandona la creencia de que el peso es un determinante del estado de salud y que, por lo tanto, debe ser constantemente vigilado. Por lo tanto, se abre espacio para la **liberación corporal**.

A partir de ello, podemos explicar el segundo elemento: la resignificación de ciertos términos. En lo que refiere a la salud, por ejemplo, este contradiscurso busca dejar de lado el pesocentrismo en la medicina para ser reemplazado por una perspectiva de “salud en todas las tallas” -también conocido como *Health at every size*- (Bacon, 2010). Desde la liberación corporal se propone abandonar la consideración de que el peso corporal es indicador suficiente para separar a las personas sanas de las enfermas. De este modo, se advierte: “Ni todos los cuerpos gordos son enfermos, ni todos los cuerpos delgados son sanos. Las personas tienen cuerpos con diferentes formas y peso, y eso no implica necesariamente salud o enfermedad” (Contrera y Moreno, 2021).

Sumado a ello, se ha empezado a realizar un proceso de resignificación de la palabra “gorda”. Como hemos desarrollado en apartados anteriores, en las últimas décadas se ha dado uso de esta palabra desde un sentido peyorativo, vinculándola al fracaso social, a la falta de cuidado y a la irresponsabilidad. Teniendo sus raíces en una cultura gordofóbica, se utilizaban estos términos para condenar, humillar y estigmatizar a los cuerpos disidentes.

Sin embargo, en el último tiempo los activismos por la diversidad corporal han trabajado para reapropiarse de estos términos. Se la ha hecho parte de un proceso de resistencia y resignificación corporal, que asume como estrategia política el reapropiarse del insulto como identidad política (Quirós Sánchez, 2019). Esto implica dos acciones: por un lado, despojar a esta palabra de todos los valores negativos con la que se la relacionaba para dejarla meramente como un adjetivo calificativo. Describe un estado corporal, no lo condena. Por otro lado, implica también asumir esta característica como representativa de esta comunidad activista que busca acabar con la gordofobia.

Algunas ramas de este movimiento, han propuesto el uso de la palabra “gorde”, con la intención de utilizar el lenguaje inclusivo como estrategia que dé cuenta del conjunto de identidades colectivas e históricas que han sido sistemáticamente invisibilizadas (Contrera y Moreno, 2021). Por ejemplo, desde el Ministerio de las Mujeres, Políticas de Género y Diversidad Sexual bonaerense se propuso:

“[el uso de la palabra] gorde como la forma interseccional, que retoma el insulto como una categoría de lucha y reivindicación. Las menciones con la ‘e’ pretenden visibilizar procesos de luchas sociales de los movimientos de la diversidad sexual y corporal; pero también de las múltiples identidades e interseccionalidades” (Ídem).

Se trata de un uso del lenguaje que reconoce que las formas de discriminación hacia las personas con cuerpos disidentes atraviesan más que sólo la corporalidad. Incluye por ejemplo las disidencias sexuales y de género. Por lo tanto, el uso de esta palabra permite dar cuenta de identidades colectivas que han sido históricamente invisibilizadas.

Por último, hablaremos del último elemento: la **visibilización corporal**. A partir de lo desarrollado hasta ahora hemos podido ver las distintas formas en que desde el *body positive* se trabaja para desarmar los modelos corporales que se reproducen en el imaginario colectivo. Se busca visibilizar las diferentes corporalidades que existen de modo de romper con aquel modelo hegemónico considerado como “lo normal”.

La cultura gordofóbica invisibiliza las corporalidades disidentes en los medios de comunicación. Por lo tanto, esto ha llevado a que se hayan afectado las percepciones de las mujeres sobre sus propios cuerpos. No se ven representadas en lo que las corporalidades que se muestran en publicidades, programas de televisión, películas, revistas, redes sociales, y que se asocian con el éxito. Se trata de políticas visuales que conforman una ética y una estética normalizantes, que configuran un plano visible y aceptable y no vuelven sobre aquello que todavía no está visto y no es conocido (Favre y Hauff, 2023).

A partir de ello, desde el *body positive* se propone la visibilización de cuerpos disidentes en los medios masivos de comunicación. De este modo, la heterogeneidad de corporalidades existentes se reconfigurarían en el plano de lo visible, lo conocido y aceptable. Empezarían a tomar lugar en la vida cotidiana.

En este sentido, Erika Bülle Hernández propone en su trabajo *Cuerpos gordos: empoderamiento a través de las prácticas performáticas* (2018) que las prácticas performativas de artistas gordos implica una resistencia política contra los mecanismos de vigilancia y ofrecen la posibilidad de empoderar a quienes se sienten identificados con sus cuerpos. Explica: “El performance se convierte también en una especie de exorcismo que logra desprender al demonio de la gordura, pensado como un tormento cotidiano, para convertirlo en el demonio del orgullo”.

Se trata de visibilizar estos cuerpos que han sido ocultados bajo vergüenza y vigilancia, de modo que más mujeres puedan sentirse identificadas. Se les da un lugar en el ojo público volviéndolos “reales”, aceptables y motivos de orgullo. Ya no se busca condenar el propio cuerpo, sino que se crea un espacio para que puedan mostrarlo y apreciarlo.

4. MARCO METODOLÓGICO

4.1. *Perspectiva metodológica*

El abordaje de este trabajo de investigación parte de considerar a los discursos como fenómenos de manifestación espacio-temporal del sentido, cualquiera sea el soporte significativo (Verón, s.f.), Es a partir de asumir la perspectiva socio-semiótica de los discursos que propone Verón, que consideramos que el sentido se manifiesta siempre como investido en una materia, bajo la forma de un producto. Como tal, siempre remite a un trabajo social de producción: la producción social de sentido.

A partir de ello, es que el objetivo que guía este trabajo es describir los sentidos respecto a las corporalidades disidentes, que fueron construidos en el discurso de ciberactivismo #HermanaSoltáLaPanza, impulsado por @MujeresQueNoFueronTapa.

En el marco de esta investigación, entendemos a Instagram como un espacio en donde se producen, reproducen y circulan diferentes discursos, y en donde se manifiestan activismos socio-políticos. Es allí en donde esperamos reconocer tal producción social.

Para describir este proceso significativo, será necesario entender que se trata de un sistema de operaciones discursivas que se relaciona con otros discursos; es decir que no termina en sí mismo. En relación con un conjunto textual dado, siempre existen dos lecturas posibles: la del **proceso de producción** (de generación) del discurso y la del consumo (de recepción) de ese mismo discurso (Zecchetto, 2005:389). De acuerdo a los objetivos establecidos en esta investigación, asumiremos la primera lectura.

Las condiciones de producción del discurso nos permiten reconocerlo dentro de una red semiótica. Al tratarse de un movimiento social activista es importante poder ponerlo en clave del contexto en que se produjo y cómo se relacionó con los demás discursos en un espacio y tiempo específicos.

Reconocer este proceso de producción del discurso implica tomar en cuenta sus reglas de generación: la gramática de producción (Verón, 1987). Se trata de reglas que describen operaciones de asignación de sentido, a partir de las cuales se pueden reconstruir ciertas

marcas presentes en la materia significativa. De esta forma, es posible acceder al conjunto de sentidos allí invertidos.

Para este trabajo de investigación se tomarán en cuenta los tres tipos de **marcas discursivas**: semánticas, retóricas y enunciativas. Es a partir del reconocimiento de las dos primeras que pretendemos describir las formas de denominar a la situación corporal y cómo se relaciona con sus condiciones de producción. Respecto a las marcas enunciativas, su análisis nos permitirá identificar cómo se reconoce a sí mismo el enunciador y a la relación con los destinatarios.

Tomando como elemento importante el nivel de los componentes que dan cuenta de las modalidades del decir, de las formas que asumen las relaciones entre las entidades discursivas en el proceso de enunciación. Al tratarse de un discurso político, es posible ver cómo la activista construye la relación enunciador-destinatario por medio de constataciones, explicaciones, prescripciones o promesas.

Tal relación se plantea de tres modos diferentes: **prodestinatario, contradestinario y paradestinario**. De acuerdo a la propuesta de Verón, el discurso político es un discurso de refuerzo respecto del prodestinatario, de polémica respecto del contradestinario y de persuasión respecto del paradestinario. Por tanto, asumiremos tal clasificación para identificar la forma en que se configuran los destinatarios del discurso #HermanaSoltáLaPanza; es decir, reconocer si se trata de destinatarios adherentes, adversarios, o indecisos (Zecchetto, 2005). En este sentido, buscaremos identificar las entidades del imaginario político a través de las que construye su red de relaciones.

Reconocer la existencia de un adversario es uno de los principales puntos que permite reconocer a un enunciado político como tal. Esta dimensión polémica nos muestra un campo discursivo que implica “enfrentamiento”. Por lo tanto, se tomará en cuenta el **carácter político** del discurso ciberactivista a analizar.

4.2. #HermanaSoltáLaPanza

#HermanaSoltáLaPanza es un discurso impulsado desde octubre de 2021 a marzo de 2022³⁷, por la cuenta @MujeresQueNoFueronTapa (dirigida María Laura Pasquinelli). Entre sus objetivos principales se encontraba la visibilización y liberación corporal de las mujeres con cuerpos disidentes. Para ello, se invitó a mujeres a que mostraran sus cuerpos a través de la publicación de fotografías en la cuenta y a compartir sus experiencias viviendo con cuerpos disidentes.

La activista propuso a sus seguidoras que compartan una imagen de sus “panzas”. Las primeras imágenes que recibieron fueron sólo de sus torsos. Con el correr de los días, las mujeres comenzaron a compartir fotografías de sus cuerpos completos. En un principio no se veían sus rostros o Pasquinelli los tapaba editando las fotografías (colocaba un emoticon sobre sus cabezas). Luego las publicaciones mostraban los rostros de las mujeres, generalmente luciendo alegres.

Las imágenes estaban compuestas por mujeres de todas las edades y corporalidades, acompañadas de un relato en torno a sus cuerpos. “Cuando vos empezás a ver todos esos cuerpos, decis ãh para, acá hay un montón de gente que se me parece”, afirmó Pasquinelli (Telenoche; 2021; 3m 12s.)

Con la intención de expandir su campaña y con ello su mensaje, Pasquinelli llevó a cabo entrevistas con distintas activistas, vinculadas al movimiento *body positive* y al feminismo. Una de las primeras activistas que entrevistó Pasquinelli fue Brenda Mato, militante del activismo por la diversidad corporal. Forma parte del Colectivo de Gordes Activistas de Argentina y es una de las impulsoras de la Ley de Talles Nacional.

³⁷ Desde entonces Pasquinelli ha retomado la temática de este discurso en su cuenta en varias ocasiones para expresar un reclamo ante actos de gordofobia -noticias, titulares o situaciones específicas-. Generalmente suele ocurrir durante a inicios de la época de verano. No obstante, suelen ser pocos posteos en un período acotado de tiempo (días o un par de semanas).



Publicación de un vivo realizado entre las cuentas @MujeresQueNoFueronTapa y @Brenda.Mato (Mujeres que no fueron tapa, 2021)

En la charla tuvieron lugar diversos temas como la aceptación personal, la exigencia que existe sobre las corporalidades a ser de tal o cual modo y el feminismo. Puntualmente hicieron hincapié en cuánto cuesta expandir estas campañas ciberactivistas (ellas lo llamaron “hackear el algoritmo”). Ambas coincidieron en que el no poseer una corporalidad hegemónica lleva a que las publicaciones o historias de Instagram de este tipo de cuentas no tengan el mismo alcance que el que pueden llegar a tener otros *influencers* con cuerpos hegemónicos.

La campaña tiene su cierre en marzo del 2022. Meses más tarde, Pasquinelli lanza un libro con una recopilación de lo compartido a lo largo de la campaña. Se tituló “*#HermanaSoltaLaPanza, una pedagogía para liberar nuestros cuerpos*” y fue publicado el 2 de agosto del 2022. La autora explica al respecto:

“Este libro nace del deseo profundo de construir entre todas una pedagogía para liberar nuestros cuerpos [...] Nace también del impulso que nos da la alegría de habernos encontrado en los cuerpos y las historias de tantas, las que a lo largo de los meses transcurridos entre octubre de 2021 y marzo de 2022 se compartieron, permitiéndonos a muchas de nosotras validarnos, legitimarnos y saber que no

estamos rotas ni falladas, que valemos y tenemos derecho a existir sea cual sea la forma de nuestro cuerpo” (2022) ³⁸







(Mujeres que no fueron tapa, 2022) ³⁹

4.3. Relevamiento y clasificación del corpus

Desde un abordaje cualitativo, se analizaron los posteos publicados⁴⁰ por la cuenta de Instagram @MujeresQueNoFueronTapa en el período desde el 25 de octubre de 2021 al 14 de marzo del 2022. Se trata de 102 publicaciones, de las cuales 23 eran carruseles⁴¹, 16 eran

³⁸ Pasquinelli, M. (2022). Libro #HermanaSoltáLaPanza. Una pedagogía para liberar nuestros cuerpos. *Mujeresquenofuerontapa.com*. Recuperado de: <https://mujeresquenofuerontapa.com/product/libro-hermanasoltalapanza-una-pedagogia-para-liberar-nuestros-cuerpos/>

³⁹ Mujeres que no fueron tapa (2022)   **Largamos!!! PREVENTA DE #HermanaSoltáLaPanza. Entrega a partir del 2/9. Lo compran en nuestra tienda**   [Archivo de imagen] Instagram. https://www.instagram.com/p/CgxMIWKu3JD/?img_index=1

⁴⁰ Si reconocemos la totalidad del contenido publicado por la cuenta @MujeresQueNoFueronTapa en el marco de la campaña #HermanaSoltáLaPanza, se han de reconocer también todas las historias que se publicaron durante este mismo período. No obstante, debido a las características propias de la red social Instagram -limitación en la temporalidad de publicación del contenido compartido en formato “historia”- y a los recursos con los que contamos para este trabajo de investigación, nos centraremos únicamente en las publicaciones del *feed* de la cuenta.

⁴¹ Uno de los formatos para publicar contenido que ofrece Instagram es el carrusel. En cada uno de ellos es posible compartir de 1 a 10 piezas (ya sea fotografías o vídeos). Por lo tanto, el total de piezas de análisis superará el total de publicaciones.

vídeos (incluyendo 2 grabaciones de transmisiones que se realizaron en vivo en la misma red), y las 63 restantes fueron publicaciones de posts de una única foto. Se contabilizaron en total 207 piezas incluyendo fotografías y vídeos.

En un primer momento, se buscó determinar las recurrencias generales en este corpus a partir de dos grandes categorías de análisis: el ciberactivismo y la corporalidad. Dentro de la primera, clasificamos las piezas discursivas en: tipo de activismo de acuerdo a la causa que defiende (ciberactivismo social, medioambiental o político) y características de las comunidades virtuales. Dentro de la categoría de corporalidad, se consideraron: los tipos de corporalidad (hegemónica o disidente), los mecanismos de biopoder (en la medicina, en los medios masivos de comunicación y en los estereotipos que se transmiten en el imaginario colectivo), y las formas de construcción del contradiscurso.

Considerando las características de las publicaciones, se trabajó aquí con dos formatos: lo audiovisual y lo gráfico -el texto-. Para esta investigación, asumimos ambos como los soportes materiales sobre los cuales se manifiesta el discurso investido de sentido. Se incorpora aquí la fotografía como registro visual utilizado como parte de los textos etnográficos (Moreiras, 2014). A partir de esa base, se procedió a la realización de un análisis de los principales planteamientos ideológico-discursivos desde una perspectiva socio-semiótica.

A su vez, reconociendo las posibilidades que ofrece la red social Instagram se clasificó el contenido de acuerdo a su origen. El objetivo era reconocer las condiciones de producción en que se construye este discurso a partir de las posibilidades que ofrecen las redes sociales; cómo se relaciona con los demás discursos y cómo se configuran los destinatarios en tanto estas comunidades virtuales habilitan una construcción colectiva de conocimiento.

Para ello se aplicaron las siguientes categorías:

- contenido propio de @MujeresQueNoFueronTapa, reconociendo 14 publicaciones;
- contenido compartido pero producido por otros usuarios, identificando cero publicaciones;
- contenido de origen mixto (aquellas cuyo contenido ha sido producido por otros usuarios y al cual @MujeresQueNoFueronTapa agregó un aporte o reconfiguró de algún modo para luego compartir), representando 86 publicaciones.

En función de esta primera introducción a la red semiótica en torno a la corporalidad desde un discurso ciberactivista, reformulamos las categorías de análisis. Considerando cada unidad en relación al sistema de significaciones del cual forma parte, utilizamos las siguientes **categorías de análisis**:

1. Ciberactivismo social, analizando sus implicancias y su desarrollo de una comunidad virtual;
2. Tipos de corporalidad:
 - a. Hegemónicas, analizando los métodos de normalización y construcción de lo hegemónico;
 - b. Disidentes, analizando las formas de construcción de un contradiscurso desde el cuestionamiento a la normatividad y el reconocimiento de una *otra* corporalidad.

Siguiendo esta categorización del corpus, se considerarán los siguientes elementos a analizar: marcas semánticas y enunciativas; y configuración de los tres tipos de destinatarios propuestos por Verón (1987), tomando en cuenta entidades del imaginario político y componentes.

5. ANÁLISIS

En este trabajo nos propusimos describir los sentidos que se plantean respecto a las corporalidades disidentes en el discurso de ciberactivismo #HermanaSoltáLaPanza en Instagram.

Para ello, dedicaremos este capítulo en primer lugar a reconocer cuáles son las condiciones de producción en que se construye este discurso, tomando en cuenta los discursos preexistentes vinculados al feminismo y al activismo gordo. También desarrollaremos el carácter polémico en tanto discurso político y las posibilidades que ofrecen las redes sociales para el desarrollo de comunidades virtuales en torno a la participación política. En este sentido, identificaremos cómo se configuran los destinatarios. Habremos de considerar aquí tres elementos clave: 1) las formas en que se aborda la disidencia desde la interpelación política; 2) las nuevas formas de participación de los sujetos políticos en tanto prosumidores; 3) las entidades del imaginario político en tanto existe una fuerte cultura emocional en estas comunidades virtuales.

En segundo lugar, nos centraremos en describir las formas de denominar a la situación corporal que se aplican en este discurso, considerando aquella corporalidad normativizada y aquella corporalidad *otra* que se le opone. Buscaremos entonces reconocer los sentidos que se construyen sobre la corporalidad hegemónica y sobre la corporalidad disidente.

5.1. #HermanaSoltáLaPanza como discurso político

En este apartado procederemos a explicar las condiciones de producción en que se construye #HermanaSoltáLaPanza en tanto discurso político que toma lugar en un campo discursivo vinculado al feminismo y a la corporalidad. Buscaremos ubicar el surgimiento de este discurso en torno al activismo gordo en Argentina.

A la vez, describiremos las características de este discurso político dentro del ecosistema digital. Procuraremos desarrollar las posibilidades que ofrecen las redes sociales para la participación política y analizar los modos en que se configura a los destinatarios.

5.1.1. Las condiciones de producción del discurso

#HermanaSoltáLaPanza se ubica en los años 2021 y 2022 en un contexto en el que los movimientos activistas -y ciberactivistas en específico- habían comenzado a tomar relevancia en cuanto a los cambios de perspectiva que se iban dando en la sociedad. Reconociendo que este discurso forma parte de una red infinita de semiosis, podemos distinguir discursos preexistentes que constituyen sus condiciones de producción.

En primer lugar, ubicamos al feminismo como una de las principales condiciones de producción de #HermanaSoltáLaPanza. Este movimiento venía de tener una fuerte implicancia en Argentina en temas como la legalización del aborto, el reclamo contra la violencia sobre las mujeres, y el apoyo a los diferentes colectivos disidentes.

Los avances de este movimiento pusieron sobre la mesa de debate la politización de la individualidad. Entender que **lo personal es político** implica asumir que los cuerpos son espacios políticos en tanto resultan una expresión más de todas las experiencias de discriminación y opresión que sufren las mujeres ante el sistema patriarcal. Se trata de una matriz mucho más grande y compleja que lo que expresa un acto individual en sí mismo; se ha enraizado de tal modo en el imaginario colectivo que afecta incluso las vidas individuales de todas las mujeres.

#HermanaSoltáLaPanza recupera este discurso. El compartir las vivencias personales de las mujeres con corporalidades disidentes es esencial para la estructura de la demanda de este movimiento ciberactivista. Da lugar a que los miembros de la comunidad se sientan identificados con las experiencias de mujeres reales. Les permite reconocer que las exclusiones que han vivido en torno a la corporalidad no han sido hechos únicos e individuales, sino que forman parte de una cultura gordofóbica que busca excluirlas. Se asume entonces un problema político.

En torno al feminismo, también reconocemos la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito como condición de producción de #HermanaSoltáLaPanza. Este discurso puso el foco sobre los cuerpos de las mujeres y **la autonomía corporal**⁴². Con consignas como “Mi cuerpo, mi decisión” y “Mi cuerpo es mío” se buscó reafirmar el sentido de capacidad de decisión de las mujeres sobre su propio cuerpo. #HermanaSoltáLaPanza

⁴² Entendemos a la autonomía corporal como el poder y la capacidad de cada persona de decidir sobre su propio cuerpo, sin sufrir violencias ni coacciones (Fondo de Población de las Naciones Unidas, 2021).

retoma este tema y lo pone en relación con la liberación corporal. Propone el abandono de los mecanismos de control y vigilancia que influyen en las decisiones diarias de las mujeres.

Sumado a ello, el activismo gordo venía actuando en pos de la implementación de la Ley de Talles como respuesta política a la discriminación que sufrían las personas con corporalidades disidentes en el ámbito de la indumentaria. Este movimiento ya venía desarrollándose con ciberactivistas como Agustina Cabaleiro ([@onlinemami](#)), Mariana Tarrés ([@martarresok](#)) y Brenda Mato ([@brenda.mato](#)). Todas ellas formaban parte de este movimiento que buscaba **dar legitimidad a los diferentes tipos de corporalidades**. A partir de ello, su contenido se centraba en la visibilización de corporalidades disidentes (sus propios cuerpos) y en críticas al mandato de belleza hegemónico.

[@MujeresQueNoFueronTapa](#) interactúa con este tipo de cuentas ciberactivistas, reconociéndolas como parte de su entorno digital y como referentes de la causa. Aprovecha los recursos que ofrece Instagram para compartir su contenido o para interactuar públicamente (por ejemplo, a través del formato “Vivo”). A partir de ello, da lugar a una generación colectiva de conocimiento en torno a las lecturas sobre la corporalidad disidente. Se crea un espacio de debate con referentes del movimiento.

Un último aspecto a considerar en este apartado es el verano como condición material de producción del discurso. [#HermanaSoltáLaPanza](#) tiene su inicio a fines de octubre del 2021. Es coincidente con el inicio de la realización de actividades (como dietas, ejercicio físico, consumo de laxantes, entre otras) en pos de que las mujeres se vean delgadas llegado el calor. Entendemos al verano como época del año donde predominan los mecanismos de vigilancia y de castigo en torno al mandato corporal, al reproducirse en el imaginario colectivo mandatos como “llegar al verano” y “operativo bikini”. Se trata de enunciados que plantean **la obligatoriedad del alcance de una meta estética**.

Lo reconocemos como un discurso preexistente que se reproduce en el imaginario colectivo y que hace posible el discurso de [#HermanaSoltáLaPanza](#). Esto se debe a que, desde el ciberactivismo, recupera estos sentidos sobre las corporalidades consideradas aceptables/mostrables y no aceptables/no mostrables para plantear una crítica de estos mandatos y proponer una reconfiguración de los valores a los que se asocia cada corporalidad. Ambas cuestiones serán desarrolladas en los siguientes apartados.

Se trata de discursos que ubicados en un espacio y tiempo determinados conforman el sistema productivo de #HermanaSoltáLaPanza. Esto implica que nuestro objeto de análisis nace como efecto de estos discursos preexistentes en un contexto específico. A partir de ello, podremos ver a lo largo del discurso ciertas huellas que remiten al sistema productivo que lo ha engendrado.

5.1.2. Un discurso político dentro de un ecosistema digital: #HermanaSoltáLaPanza como discurso ciberactivista

En el siguiente apartado describiremos las características de #HermanaSoltáLaPanza como discurso político que se manifiesta dentro del ecosistema digital. Procuraremos desarrollar las posibilidades que ofrecen las redes sociales para la participación política y los componentes que configuran este discurso.

A lo largo de los últimos años las prácticas sociales han sido interpeladas y traspoladas hacia la era digital luego del surgimiento de las TICs. Frente a una sociedad cada vez más digitalizada, las prácticas, costumbres y relaciones entre los miembros de la sociedad han ido evolucionando. El alcance y las formas de vincularse se han potenciado a partir de las posibilidades que ofrece el mundo virtual, dando lugar así a la generación de comunidades virtuales.

Dentro de las transformaciones que han ocurrido a partir de la injerencia de la digitalización en las prácticas sociales, se encuentra la participación política. #HermanaSoltáLaPanza se presenta como un **discurso ciberactivista** en tanto se trata de una manifestación social y política encaminada a generar un cambio social mediante el uso de las diferentes herramientas que ofrecen las plataformas virtuales. Apunta a colocar la aceptación de la diversidad corporal en la agenda pública, mediante la difusión de relatos y fotografías de mujeres con corporalidades disidentes en Instagram.

En este sentido, podemos ubicar aquí la **dimensión polémica** de este discurso político. Recuperando a Verón (s/f), este carácter polémico implica una explicitación del hecho de que existen otros discursos del mismo tipo, que están en relación de oposición o enfrentamiento. En este caso, a lo largo de todo su discurso, #HermanaSoltáLaPanza expresa una crítica a la normativización del cuerpo hegemónico en el imaginario colectivo. Lo que es verdadero para

el *Otro negativo* (el establecimiento del cuerpo hegemónico como único modelo aceptable) es falso para #HermanaSoltáLaPanza (al considerar que la realidad de las mujeres responde realmente a una diversidad corporal).

Pasquinelli expresa:

“#HermanaSoltáLaPanza es salir del discurso de odio y desprecio hacia nosotras mismas, que está adentro nuestro porque está ahí afuera, diciéndonos que las formas de nuestros cuerpos son erradas, fallas del sistema, que no valemos nada, no merecemos mostrarnos ni ser vistas, desear ni ser deseadas”⁴³.

Se manifiesta claramente en oposición a aquel discurso que categoriza a los cuerpos en aceptables/mostrables/deseables o no aceptables/no mostrables/no deseables de acuerdo al cumplimiento de ciertas características corporales. A partir de ello, propone un “hackeo” de esta creencia mediante la visibilización de la diversidad corporal.

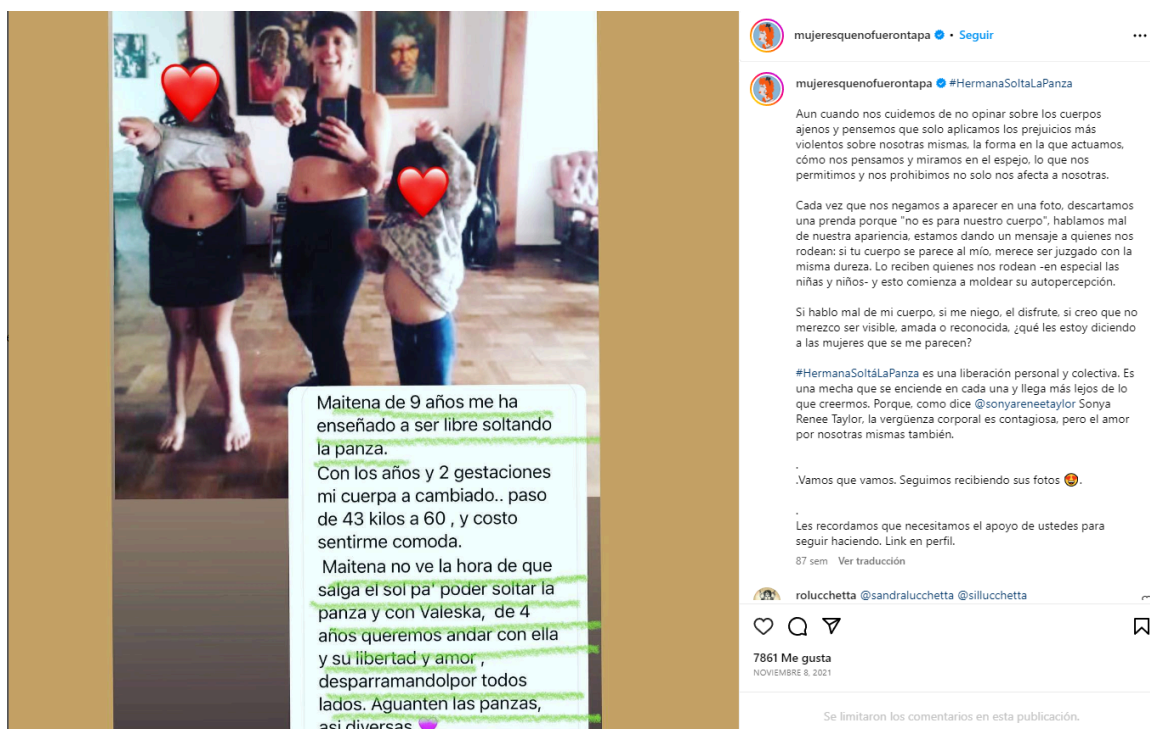
5.1.2.1. La comunidad virtual puesta en acción

La participación de los miembros de la **comunidad virtual** es clave para el cumplimiento de los objetivos del movimiento. El ciberactivismo no sólo se basa en el uso de las TICs en pos de un objetivo sino que su uso debe responder a una conciencia social y comprometida. Para que el discurso político tenga fuerza y visibilidad necesita de usuarios que estén comprometidos con la causa social y que participen en consecuencia.

En #HermanaSoltáLaPanza justamente fue la participación de los miembros de la comunidad de @MujeresQueNoFueronTapa lo que le dio fuerza a su propuesta. El llamado a “**hackear la representación hegemónica**”⁴⁴ implicaba una reconfiguración de las lecturas sociales de los cuerpos a partir de la visibilización de la diversidad corporal. Por lo tanto, era necesaria la participación de mujeres compartiendo sus experiencias y fotografías de sus cuerpos para poder romper con el modelo único de cuerpo aceptable. La visibilización de la pluralidad corporal existente era uno de los puntos centrales de su estrategia. Un 57% de las piezas eran relatos de mujeres sobre la vivencia en cuerpos disidentes, de los cuales poco más de la mitad estaban acompañados de fotografías de sus cuerpos.

⁴³ Recuperado de la pieza 5.

⁴⁴ Recuperado de la pieza 96.



Pieza 20: “#HermanaSoltáLaPanza es una liberación personal y colectiva [...] La vergüenza corporal es contagiosa, pero el amor por nosotras mismas también”
 (Mujeres que no fueron tapa, 2022)

Reconocemos una presencia dominante del **componente descriptivo** en la publicación de estos relatos. Siguiendo el orden del saber, se pretende hacer una constatación de la realidad de las mujeres con cuerpos disidentes. Hacen una lectura tanto de su presente, relatando experiencias actuales de vergüenza por su cuerpo, como de su pasado, comentando cómo se les fueron institucionalizados los mecanismos de vigilancia y control sobre sus cuerpos. Estas lecturas se articulan una a la otra como un saber colectivo.

En los posteos, los relatos inician con una predominancia del uso de la primera persona del singular, narrando su propia experiencia. Por ejemplo: “Me da vergüenza, me cuesta aceptar mi imagen”⁴⁵, “Siempre la guerra con mi cuerpo”⁴⁶, “Toda mi infancia fui gordita, y odiaba mi cuerpo”⁴⁷. No obstante, luego Pasquinelli pasa al uso de la primera persona del plural, buscando hacer una acentuación del colectivo de identificación. Por ejemplo: “Vivimos en una cultura que nos cosifica”⁴⁸, “Estamos todas perseguidas”⁴⁹, “Nos encontramos en imágenes

⁴⁵ Recuperado de la pieza 3.1.

⁴⁶ Recuperado de la pieza 3.4.

⁴⁷ Recuperado de la pieza 4.1.

⁴⁸ Recuperado de la pieza 3.1.

⁴⁹ Recuperado de la pieza 7.4.

que validan lo que *somos*”⁵⁰, “*Nuestros cuerpos, nuestras panzas, nuestros rollos, más grandes o más pequeños, son la regla aunque nos hayan hecho creer lo contrario*”⁵¹.

Resulta aquí una estrategia discursiva que apunta a la **politización de la individualidad**. Más de la mitad de los posts son relatos de mujeres expresando sus experiencias individuales ante un problema compartido que ha sido institucionalizado socialmente: la gordofobia. En un 30% de los posts los relatos de las mujeres expresan haber pensado que eran las únicas que vivían o pasaban por la situación descrita, pero afirman que al ver las historias de las demás se han percatado de que se trata de un todo mayor -una cuestión cultural- que las afecta a todas.

En este marco, el ciberactivismo se presenta como una respuesta política ante la denuncia de invisibilización de la diversidad corporal. Retomando lo propuesto por Facio (2013), considerar que lo personal es político implica que las decisiones personales cotidianas construyen y/o reconstruyen visiones del mundo. El compartir experiencias e imágenes de mujeres con diversidad corporal permitiría entonces romper con el modelo de un único cuerpo como normal. Así pues, la visualización de una pluralidad de corporalidades con diversas características y tamaños rompería con el ideal de lo mostrable/deseable/aceptable sobre la corporalidad.

Esta participación de los miembros de la comunidad virtual puede leerse también en términos de **generación colectiva de conocimiento**. Se trata de un discurso poliédrico y participativo, posibilitado por las características de la red social Instagram. Por un lado, las mujeres asumen un rol activo en tanto prosumidores que aportan su punto de vista al contenido publicado por @MujeresQueNoFueronTapa. Por otro, la activista lo recupera y reconfigura para incorporarlo a su discurso al expresarse a favor o en contra, dictar una consigna a partir del relato recuperado o al editar las fotografías para destacar ciertos elementos.

Del total de publicaciones, un 86% representa contenido que fue producido por otros usuarios y al cual @MujeresQueNoFueronTapa agregó un aporte o editó para luego compartir. De este contenido se pueden encontrar: las historias y fotografías ya mencionadas, dibujos o tiras cómicas vinculadas a la causa, y notas periodísticas (tanto para su crítica como para su apoyo).

⁵⁰ Recuperado de la pieza 7.1.

⁵¹ Recuperado de la pieza 7.2.



Pieza 58.5: “La campaña de @mujeresquenofuerontapa en la nueva entrega de la tira ¡Conmigo no, varones! de @soy.mora” (Mujeres que no fueron tapa, 2021)

A partir de lo desarrollado, podemos considerar que #HermanaSoltáLaPanza da uso de las posibilidades que le ofrece el mundo virtual como estrategia para lograr transformaciones sociales. Su discurso es creado a partir de una generación colectiva de conocimiento en donde toman lugar tanto Pasquinelli como dueña de la cuenta @MujeresQueNoFueronTapa como las mujeres de la comunidad virtual.

Se busca generar polémica en torno a la normativización del cuerpo hegemónico en el imaginario colectivo. Por lo tanto, es la participación conjunta de estas mujeres lo que refuerza al movimiento social al visibilizar la diversidad corporal y al reconocer esa situación como un problema político (y no individual). Se presenta así este espacio digital como nuevos espacios para la deliberación y discusión pública.

5.1.3. El discurso político y la configuración de los destinatarios

De acuerdo a la propuesta teórica de Verón, #HermanaSoltáLaPanza puede ser analizado como un **discurso político** en tanto se trata de “un discurso de *refuerzo* respecto del prodestinatario, de *polémica* respecto del contradestinatario, y de *persuasión* sólo en lo que concierne al paradesinatario” (Verón, 1987). De esta forma, en el siguiente apartado

desarrollaremos cómo se presenta este discurso en cada uno de esos aspectos y cómo configura a sus destinatarios. Se tomará en cuenta para esto último las entidades del imaginario político y las formas de abordar la disidencia desde la interpelación política.

Recuperando lo desarrollado en el apartado anterior, #HermanaSoltáLaPanza busca generar polémica en torno al discurso que se reproduce en el imaginario colectivo a favor de la normativización del cuerpo hegemónico. Esta dimensión polémica es identificable desde el primer momento en que nace el discurso. El primer posteo es una invitación a “hackear” la “operación bikini” y “llegar al verano”, dos enunciados que se traducen en mecanismos de vigilancia corporal.



Pieza 1: "Convocamos al hackeo de la 'operación bikini' y 'llegar al verano' con la operación 'Hermana Soltá La Panza'" (Mujeres que no fueron tapa, 2021)

Vemos así una fuerte presencia del **contradestinatario** (ese *Otro negativo* que asume como adversario). A lo largo del discurso, se alude a este contradestinatario a partir del uso de formas nominales como “la hegemonía”⁵², “el discurso de odio”⁵³, y “el sistema”⁵⁴. Pretende con ello hacer referencia a todos los discursos que reproducen una cultura gordofóbica.

⁵² Recuperado de la pieza 18.1.

⁵³ Recuperado de la pieza 5.

⁵⁴ Recuperado de la pieza 50.3

Pese a que generalmente no vuelve identificables aquellos enunciadores a los que se opone, #HermanaSoltáLaPanza se expresa en contra del discurso de ciertas instituciones. Por ejemplo, el discurso médico que asocia delgadez con salud; los medios masivos de comunicación que visibilizan exclusivamente corporalidades hegemónicas; y la industria de la moda que promociona mecanismos de control corporal como fajas reductoras o que excluye talles.

Se denuncian estos discursos como perpetradores de prácticas que oprimen a las mujeres y que buscan encauzar sus conductas a partir de la valorización social que se hacen sobre sus corporalidades. Pasquinelli afirma al respecto:

“Mientras más nos desmarquemos de la opresión sobre nuestros cuerpos, más insistencia del mercado en vendernos cosas para normalizar el dolor, la quietud, la respiración acortada e insuficiente, la inmovilidad. Siempre nos van a vender la sumisión como belleza o ‘empoderamiento’. Siempre nos querrán convencer de que elegimos”⁵⁵.

En este sentido, sí se presenta en el discurso ciberactivista una expresión dirigida directamente en contra del diario Infobae. Aunque en un principio se pudiera haber considerado a este diario como un paradestinatario (aquel indeciso cuya postura aún no está decidida), se convierte en contradestinatario a principios del 2022. Este suceso toma lugar ante la publicación en una nota de una fotografía cuyo epígrafe era: “Los trajes de baño enterizos son los aliados de los cuerpos imperfectos” (Infobae; 2022)⁵⁶. Se lo asume como un ejemplo claro de cómo los medios de comunicación expresan esos sentidos ya instalados en el discurso social.

⁵⁵ Recuperado de la pieza 86.

⁵⁶ Recuperado de la pieza 80.



Pieza 80: “Los trajes de baño enterizos son los aliados de los cuerpos imperfectos”

“La única imagen de la nota que no es la de una mujer joven, delgada y blanca, con panza chata, siendo feliz en la playa, dice que su cuerpo es imperfecto y que debe ocultarlo”

(Mujeres que no fueron tapa, 2022)

En el campo discursivo, #HermanaSoltáLaPanza se posicionó plenamente como adversario ante lo enunciado. Elabora una réplica ante su *Otro negativo*. Rechaza el uso de “cuerpos imperfectos” y lo considera como una expresión de los mecanismos de vigilancia corporales. Critica este discurso que considera que las características que poseen los cuerpos como el enseñado en la foto no son aceptables y, consiguientemente, deben ocultarse con trajes de baño que los cubran.

En base a ello, Pasquinelli propone dos acciones. En tanto se trata de un discurso en un periódico de gran alcance, primero solicita una intervención de tres instituciones estatales (la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual de la República Argentina, el Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo, y el Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad de la Nación). Segundo, solicita a los miembros de su comunidad que compartan el contenido y que pidan la eliminación del epígrafe de forma masiva.

A partir de las posibilidades que ofrece Instagram, todas esas interacciones entre distintos enunciadores se dieron en el mismo espacio. Se etiquetó a las cuentas de las instituciones estatales y los usuarios de la comunidad virtual dieron su punto de vista en el mismo posteo.

Un elemento a considerar aquí es que no hubo un intercambio directo con Infobae. Pese a contar con una cuenta de Instagram, no se la etiquetó en el posteo.

Próximo a lograr que la participación de su comunidad hiciera eco del reclamo, el medio cambió el epígrafe de la foto por la siguiente frase: “Los trajes de baño enterizos también se hacen presentes”. Se eliminó de este modo la valorización de las corporalidades.



Pieza 81: “Los trajes de baño enterizos también se hacen presentes”

“Luchar sirve, alzar la voz sirve, dejar de complacer sirve, exigir todo eso a lo que tenemos derecho, también” (Mujeres que no fueron tapa, 2022)

Paralelamente, este discurso político también se dirige a dos tipos de destinatarios más: los **paradestinatarios** y los prodestinatarios. Respecto a los primeros, como mencionamos brevemente antes, se trata de aquellos que no están a favor ni en contra del discurso que se plantea. Es por ello, que se los busca convencer.

En #HermanaSoltaLaPanza se toma como paradestinatario al conjunto de mujeres que aún reproducen mecanismos de autovigilancia y autocastigo en torno a su corporalidad. A partir de la publicación de relatos que apelan a sus emociones y experiencias vividas, este discurso pretende que tomen una posición al respecto y se sumen a la causa. En este sentido, se las alude mediante el uso del metacolectivo numerable “mujeres”, ya que pretende ir más allá del mero colectivo de identificación.

Finalmente, los **prodestinatarios** representan al *Otro positivo*. Se trata de aquellos receptores que comparten las mismas ideas que la activista, persiguiendo los mismos objetivos y la búsqueda de su logro.

Considerando el contexto digital, los prodestinatarios asumen aquí un rol particular. Recuperando lo desarrollado en el apartado anterior, los miembros de esta comunidad virtual poseen una participación activa en este movimiento al actuar como prosumidores. Generan continuamente contenido, dando sus puntos de vista sobre la causa. A partir de ello, Pasquinelli toma ese producto y lo reformula para hacerlo parte del discurso de #HermanaSoltáLaPanza. Hay una construcción colectiva entre la ciberactivista y sus prosumidores en el avance del discurso.

En torno a ello, consideramos que en este discurso hay una fuerte predominancia del prodestinatario. El enunciador se dirige a este *Otro positivo* buscando reforzar aquella creencia que comparten. Por ello aplica reiteradamente frases como “#NosBancamosEntreTodas”⁵⁷, “Juntas porque #NosTenemos”⁵⁸, “Vamos que vamos”⁵⁹. Suelen estar acompañadas de los deícticos “nosotras”, “nuestro” y “nuestra” en frases como “nuestros cuerpos”, “nuestras panzas”, “nuestros rollos”. Es remarcado este colectivo de identificación mediante un “nosotros” inclusivo.

Un elemento a considerar es que para nombrar este colectivo de identificación se tomaron algunos términos que eran propios del movimiento feminista en Argentina. Algunos de ellos fueron “Compañeras” y “Hermana”. Se pretende recuperar estas entidades y reforzar el sentido de pertenencia a la causa. En tanto parte del nombre del movimiento, la frase “#HermanaSoltáLaPanza” se explicita en el 95% de los posteos. Mediante el *hashtag* se busca la incorporación de nuevo público que se sienta identificado sin necesidad de estar siguiendo la cuenta.

Dentro del análisis de este prodestinatario, se observaron también manifestaciones de agradecimiento de los miembros de la comunidad al darles un acompañamiento en su proceso de liberación corporal. Se manifiesta de manera explícita cómo el pertenecer a ese colectivo de identificación les ayuda a las mujeres a poder sentirse mejor con ellas mismas, dando un

⁵⁷ Recuperado de la pieza 21.

⁵⁸ Recuperado de la pieza 9.1.

⁵⁹ Recuperado de la pieza 87.

sentido de comunidad y de apoyo emocional de unas a otras a partir de la identificación con las historias contadas.



Pieza 3.2: “Me ayuda a sanar ver los cuerpos de las compañeras. Aún no puedo enviar una foto, pero sepan que me hacen bien” (Mujeres que no fueron tapa; 2021)

A partir de esta forma de conectar entre los miembros de la comunidad, observamos una fuerte cultura emocional en el discurso. Pese a no conocerse presencialmente entre ellas, las mujeres conectan entre sí en base a los sentimientos y las experiencias vividas. Si bien son historias de diferentes mujeres en donde cada una tiene su propia forma de sentir o percibir, han logrado apoyarse y encontrarse unas a las otras en base a estas situaciones de violencia o vergüenza que han ido pasando a lo largo de su vida. La historia de una pasa a ser la historia de muchas.

Para las mujeres con corporalidades disidentes, el proceso de resignificación de la propia corporalidad es descrito como un “trabajo”⁶⁰, un “desafío”⁶¹ o incluso una “lucha”⁶². Estas marcas expresan la realización de un esfuerzo consciente e intencionado por modificar la lectura sobre el propio cuerpo. La autoaceptación de la imagen corporal disidente implica una ruptura con el modelo hegemónico que es reproducido culturalmente. Es ir en contra de la mirada social.

⁶⁰ Recuperado de la pieza 8.1

⁶¹ Recuperado de la pieza 8.2.

⁶² Recuperado de la pieza 9.3.

En este sentido, vemos presentes en el discurso marcas discursivas que indican e invitan a ser comunidad. Respecto a las primeras, hay una reiteración del reconocimiento de que se trata de un trabajo en conjunto. Se identifica a la comunidad a partir del uso repetitivo del nosotros inclusivo, del colectivo de identificación (“Hermana/s”) y de deícticos temporales (“Acá”). Por ejemplo, se reconoce en frases como: “Tantos posteos por *acá* me dieron la fuerza”⁶³, “Lo vamos a hacer *juntas*, a partir de *nuestras* historias, aprendiendo unas de las otras”⁶⁴, “¡*Hermana* soltaste la panza!”, “Esta campaña la *hacemos entre todas*”⁶⁵.

Respecto a las marcas que invitan a ser comunidad, se identifican a lo largo del discurso llamados a formar parte del movimiento mediante la publicación de fotografías de sus cuerpos o compartiendo sus experiencias en la red social. Se aplican por ejemplo las siguientes frases: “Con #HermanaSoltáLaPanza invitamos a todas a llenar las redes con nuestros cuerpos e historias”⁶⁶, “Las esperamos en *stories*, no se lo pierdan, es una fiesta lo que está pasando ahí”⁶⁷, “¿A quién más le pasa? ¿Cómo van soltando?”⁶⁸.

The image shows a screenshot of an Instagram post. On the left, a quote is displayed in a white rounded rectangle with a red heart icon at the bottom left. The quote reads: "Siento que vamos a vernos sin conocernos este verano con las panzas libres y vamos a saber que esa otra que está liberando su panza es hermana. Me emociona gracias hace días vengo reflexionando sobre todo esto". On the right, the Instagram post interface is visible, showing the profile 'mujeresquenofuerontapa', the hashtag '#HermanaSoltáLaPanza', and several paragraphs of text discussing body image and the campaign. The post has 13,523 likes and is dated October 29, 2021.

⁶³ Recuperado de la pieza 75.

⁶⁴ Recuperado de la pieza 97.

⁶⁵ Recuperado de la pieza 55.

⁶⁶ Recuperado de la pieza 82.

⁶⁷ Recuperado de la pieza 97.

⁶⁸ Recuperado de la pieza 63.

Pieza 7.3: “Siento que vamos a vernos sin conocernos este verano con las panzas libres y vamos a saber que esa otra que está liberando su panza es hermana”
(*Mujeres que no fueron tapa, 2021*)

Como conclusión, podemos afirmar que #HermanaSoltáLaPanza es un discurso político al buscar generar polémica en torno al modelo único de corporalidad que se establece como aceptable en el imaginario colectivo. A partir de ello, su discurso se dirige hacia tres tipos de destinatarios: el contradestinatario, que abarca a las instituciones que reproducen ese imaginario colectivo y establecen mecanismos de vigilancia corporal; el paradestinatario, que agrupa al metacolectivo de mujeres; y el prodestinatario, que refiere a las mujeres de la comunidad ciberactivista que abogan por la visibilización de la diversidad corporal. Frente a este último, presenta constantemente una apelación a la comunidad para reforzar el sentido de pertenencia y para llamar a la participación política.

5.2. La construcción discursiva de los cuerpos

A continuación procederemos a describir los sentidos podemos reconocer en este discurso ciberactivista sobre las corporalidades hegemónicas y disidentes. Al referirnos a la construcción de los sentidos en torno a la corporalidad hegemónica consideraremos: 1) cómo se construyen estos sentidos hegemónicos sobre la corporalidad; 2) cómo se normativiza socialmente esa corporalidad como modelo a seguir.

Próximo a ello, al hablar de los sentidos construidos en torno a la corporalidad disidente, consideraremos: 1) cómo se construye la mirada hegemónica sobre lo disidente; 2) cómo se cuestiona a la normatividad del cuerpo hegemónico; 3) cómo se construye este contradiscurso y cómo se reconoce esta *otra* corporalidad.

5.2.1. La construcción de los sentidos hegemónicos sobre la corporalidad

Cuando hablamos de cuerpos hegemónicos, nos referimos al modelo de corporalidad que responde al mandato cultural del *deber ser*. Son aquellos que obedecen a las lógicas de lo que se considera bueno, aceptable y deseable en el imaginario social. Su normalización como

único cuerpo aceptable lleva a la reproducción de mecanismos de biopoder que persiguen sin fin el alcance de esta corporalidad.

En el discurso diferentes relatos expresan un proceso de institucionalización de este cuerpo como normal y esperable. Se menciona que en los medios de comunicación, en los diálogos interpersonales con familiares o amigos, y en el discurso médico históricamente se ha promovido el poseer este tipo de corporalidad con valores positivos (como el éxito social, la felicidad y salud). Dentro de esta categoría, se incluyen en #HermanaSoltaLaPanza aquellos cuerpos con las siguientes características: delgadez (referida también como la existencia de “panza chata”), juventud, y piel tensa, clara, sin marcas ni vello corporal.

A lo largo del discurso, ningún testimonio compartido expresa cumplir con la totalidad de estas características. Por lo tanto, ninguna de esas mujeres poseería un cuerpo hegemónico. Apenas un par mencionan haberse encontrado dentro de esta categoría en el pasado. No obstante, afirman que incluso cuando cumplían con el mandato, en ese momento no creían realmente responder a los cánones de belleza que la misma sociedad les impone. Los mecanismos de vigilancia están tan insertos en la percepción del propio cuerpo de las mujeres que la lectura de sus cuerpos pasa a estar distorsionada ante el **miedo de volverse "no deseable" o "no mostrable"**.

The image shows a screenshot of an Instagram post. On the left, there is a text overlay in a white rounded rectangle with a red heart icon at the bottom left. The text reads: "Me sorprende ver panzas tan parecidas a la mia pero en las demas las veo bellas y normales! Al mismo tiempo veo mujeres hablar de que se avergüenzan de panzas que para mi estan dentro de los canones de belleza, o sea que estamos todas perseguidas". On the right, the Instagram post interface is visible. The profile is 'mujeresquenofuerontapa' with a blue verified badge and a 'Seguir' button. The post content includes the hashtag #HermanaSoltaLaPanza and several paragraphs of text in Spanish. At the bottom, there are icons for likes, comments, and shares, along with the text 'Les gusta a maricasadio y 13.523 personas más' and the date 'OCTUBRE 29, 2021'. A note at the bottom of the post says 'Se limitaron los comentarios en esta publicación.'

Pieza 7.4: “Veo mujeres hablar de que se avergüenzan de sus panzas que para mí están dentro de los cánones de belleza, o sea que estamos todas perseguidas”

(Mujeres que no fueron tapa, 2021)

Pese a tratarse de aquel modelo de cuerpo considerado como “normal” y como reflejo de la realidad de las mujeres, en #HermanaSoltáLaPanza se expresa una **falta de representatividad en el cuerpo hegemónico**. Esta dicotomía lleva a una distorsión en la lectura de las corporalidades por parte de las mujeres. A pesar de reconocer similitudes de su cuerpo con el de otras mujeres, asumen valores positivos para los otros y negativos para el propio. Por lo tanto, se instaura una constante autovigilancia del cumplimiento del mandato de belleza.

Estas mismas mujeres expresan que existe una incompatibilidad de los cuerpos hegemónicos con los valores positivos a los que se los vincula. Considerar que la vivencia en una corporalidad hegemónica no es un factor influyente para alcanzar el éxito y la felicidad en general. Por el contrario, se afirma en el discurso que estas mujeres se encuentran en un estado de constante control sobre sus cuerpos, que las llevan a vivir con sentimientos de vergüenza, humillación, tristeza y de un no disfrute.

5.2.2. Normativización de los cuerpos hegemónicos

El establecimiento del cuerpo hegemónico como el único normal y aceptable resulta una verdad institucionalizada. Es producto de un proceso de naturalización que reproduce esta subjetividad estandarizada. En #HermanaSoltáLaPanza se expresa la existencia de tres grandes grupos que validan diariamente mecanismos de control y vigilancia corporales en las mujeres: familiares y/o amigos, el discurso médico, y los medios masivos de comunicación. Se trata de una lectura que proponen “los otros” sobre el *deber ser* de la propia corporalidad.

5.2.2.1. La familia y amigos

En primer lugar, desarrollaremos los **mecanismos de disciplinamiento** transmitidos por familiares y/o amigos. En este sentido, en el discurso #HermanaSoltáLaPanza se manifiesta que a las mujeres mayoritariamente les enseñaron a “meter la panza” una persona de su

círculo más íntimo, a temprana edad, al inculcarles que la panza debía ser disimulada y ocultada. “Meter la panza” es entendido aquí como una práctica sistemática de vigilancia sobre el cuerpo para tratar de disminuir su tamaño y ocultar una de las características que lo vuelve no aceptable. Abarca tanto la flexión muscular como el uso de faja.

La constante presión al respecto lleva a que dicho mecanismo sea realizado por las mujeres de manera inconsciente, hasta convertirse en una práctica habitual. La automatización de esta acción -con el ideal que acarrea- resulta una expresión corporal del mandato completamente instituido. Se le alude como "un fantasma"⁶⁹ que aún las persigue pese a los años transcurridos. “Meter la panza” va más allá de la acción de achicar la panza en sí, sino que se manifiesta que se encuentra involucrada una carga de emociones y sentimientos negativos, que comienzan a muy temprana edad y se llevan de por vida.



The image shows a screenshot of an Instagram post. On the left, there is a text overlay with a white background and a black border, containing the following text: "Mi mamá me enseñó desde que soy muy chica que decía que meta panza y es como respirar ya no se ni como es mi panza porque siempre la estoy metiendo nunca estoy relajada totalmente, y cuando me doy cuenta que lo estoy haciendo pienso y saco panza pero no sé si estoy sacando de más o si es mi panza, no conozco mi cuerpo y no me gusta lo veo mayormente ni metiendo". The text in the overlay is underlined in purple. On the right, the Instagram post is visible, showing the profile of 'mujeresquenofuerontapa' with a blue verified badge and the text '#HermanaSoltaLaPanza'. The post content reads: "A meter la panza aprendemos, no es el estado natural de nuestras panzas estar metidas adentro, apretadas o no existir. De hecho hay que hacer y consumir de todo para que eso suceda. Madres, abuelas, tías, hermanas, amigas, pediatras, el bullying en la escuela, enseñándonos a meter la panza, a no tener panza. A las que nos enseñaron también les enseñó la cultura, también las disciplinaron y las educaron en la restricción, el agrandar, meter adentro, ocultar lo propio, desaparecer, no molestar. Soltar la panza es soltar el aire, la restricción, la vergüenza, es que salga la voz y aparezcamos. ¿Cómo aprendieron a meter la panza? ¿Quién se los dijo? ¿Alguien les enseñó?". The post has 12,947 likes and is dated OCTUBRE 27, 2021.

*Pieza 4.3: “Mi mamá me enseñó desde que soy muy chica que decía que meta panza y es como respirar [...] No conozco mi cuerpo” “A meter la panza aprendemos”
(Mujeres que no fueron tapa, 2021)*

⁶⁹ Recuperado de la pieza 4.1



Pieza 4.4: “De chica mi abuela me enseñó a ‘meter panza’ absolutamente todo el tiempo [...] Sigo haciéndolo inconscientemente porque se acostumbró mi cuerpo”
(Mujeres que no fueron tapa; 2021)

Al reconocer que no se trata de una experiencia individual sino de un sistema opresor que establece ciertas normas estéticas como normales, desde el discurso se entiende el hecho de que sean transmitidas de generación en generación en el imaginario colectivo. Pasquinelli expresa al respecto: “Son las madres, las abuelas, tías, hermanas, amigas, pediatras, el mismo *bullying* en la escuela, el que enseña a meter la panza, a no tener panza”⁷⁰.

Sobre este grupo, la activista hace una aclaración: “A las que nos enseñaron también les enseñó la cultura, también las disciplinaban y las educaron en esa restricción, en el agrandar, meter adentro, ocultar lo propio, desaparecer, no molestar”⁷¹. Se trata de meros reproductores de una cultura gordofóbica y disciplinadora que se ha institucionalizado con el paso del tiempo. Si culturalmente se asocia el cuerpo hegemónico con el éxito, el instituir estos mecanismos sobre sus hijas, sobrinas, amigas, etc. responde a una intención de corrección de aquello que les imposibilitaría ser felices.

⁷⁰ Recuperado de la pieza 4.1.

⁷¹ Recuperado de la pieza 4.1

5.2.2.2. El discurso médico

En segundo lugar, se presenta el discurso médico. En #HermanaSoltáLaPanza se afirma que culturalmente se suele asociar la delgadez con estar sano, en un buen momento emocional o incluso con el éxito. Por el contrario, el subir de peso se suele asociar con un empeoramiento de la salud, estar ansioso, ser irresponsable o vago.

Raquel Lobatón, nutrióloga que adhiere a la perspectiva Salud en todas las tallas, afirma en #HermanaSoltáLaPanza que desde la medicina se transmite una identificación de la salud con la delgadez. Explica: “A nivel profesional de salud, nos dicen que por salud todo el mundo debe ser delgado. Es un mandato de delgadez”⁷². Pese a que la doctrina diga apuntar hacia una salud integral, en la práctica el discurso médico se ve atravesado por los valores y significados que se comparten socialmente.

Se denuncia una **patologización de la gordura**, de modo que todo tipo de gordura se considera un riesgo médico y que, por lo tanto, debe tratarse. Esto lleva a que se instituyan mecanismos de control corporal como: realización de deporte con el objetivo exclusivo de adelgazar, realización de dietas estrictas y consumo de laxantes o “polvos mágicos para adelgazar”.



⁷² Recuperado de la pieza 61.

Pieza 78: “Fui a control con la ginecóloga en julio y me retó por no testar haciendo tres horas de ejercicio por día y tener un plan nutricional” (Mujeres que no fueron tapa, 2022)

5.2.2.3. Los medios masivos de comunicación

Por último, los medios masivos de comunicación juegan un papel importante en la lectura social de las corporalidades. De acuerdo a #HermanaSoltáLaPanza, los medios masivos de comunicación instituyen los siguientes mecanismos de disciplinamiento corporal: instauración de mandatos de delgadez como el “operativo bikini”⁷³ o el “llegar al verano”⁷⁴. El objetivo que sigue su discurso es la asociación del cuerpo hegemónico con el éxito social y su instauración como modelo representativo de la normalidad, mediante la visibilización exclusiva de estas corporalidades

El “operativo bikini” y el “llegar al verano” son enunciados que se traducen en prácticas sistemáticas que buscan establecer como necesario el ser delgadas en verano. Considerando que sólo los cuerpos hegemónicos se encuentran en la categoría de mostrables, para poder disfrutar el verano (con ropa que exponga el cuerpo o para el agua) se vuelve necesario cumplir con las características de esta corporalidad.

En #HermanaSoltáLaPanza se expresa que en el imaginario colectivo se han instaurado estos movimientos que alientan la pérdida de peso bajo el objetivo de “llegar bien”⁷⁵ al verano. En relación a ello, Pasquinelli expresó:

“Es la frase más usada en las publicidades de productos relacionados con la apariencia de los cuerpos de las mujeres entre septiembre y diciembre. Son meses en los que nos bombardean las imágenes que intentan vender aquellas cosas que nos permitirán ‘llegar al verano’. Como si ‘verano’ fuera un lugar, un destino idílico, deseado, hermoso, que espera con múltiples maravillas si logramos alcanzarlo”⁷⁶.

⁷³ Recuperado de la pieza 1.

⁷⁴ Ídem.

⁷⁵ Recuperado de la pieza 64.

⁷⁶ Pasquinelli, L. (s/f). Llegar al verano. Feminacida. Recuperado de: <https://www.feminacida.com/llegar-al-verano/>



mujeresquenofuerontapa

mujeresquenofuerontapa Dejo esto por acá, es uno entre miles de videos de marcas que venden fajas y corsets para "modelar la cintura", también en la misma cantidad aparecen publicaciones que venden cirugías para obtener el mismo resultado. Lo dejo para que recordemos que el "avance" hacia la liberación de nuestros cuerpos, hacia la recuperación de nuestros territorios, no es homogéneo ni lineal. Mientras más nos desmarquemos de la opresión sobre nuestros cuerpos, más insistencia del mercado en vendernos cosas para normalizar el dolor, la quietud, la respiración acortada e insuficiente, la inmovilidad. Siempre nos van a vender la sumisión como belleza o "empoderamiento". Siempre nos querrán convencer de que elegimos.

Hermana no te amatambres, no hace falta, no sos un pedazo de carne para moldear, somos personas con ideas, sentimientos, proyectos, potencia, y estamos vivas, no nos tratemos a nosotras mismas ni permitamos que nos traten como cosas.

Ah, por cierto, no hay de esto para varones.

354.819 reproducciones
ENERO 25, 2022

Agrega un comentario... Publicar

Pieza 86: "Entre miles de videos que marcan, que venden fajas y corsets para 'modelar la cintura', también en la misma cantidad aparecen publicaciones que venden cirugías para obtener el mismo resultado" (Mujeres que no fueron tapa, 2021)

Este mandato de corporalidad termina llevando a las mujeres a ser más exigentes con sus corporalidades. De acuerdo a #HermanaSoltáLaPanza, los medios masivos de comunicación promueven los siguientes mecanismos de disciplinamiento corporal para alcanzar el cuerpo hegemónico: uso de fajas, realización de dietas estrictas, consumo de alimentos dietéticos, realización de ejercicio físico en pos de adelgazar.

El disfrute del "llegar al verano" solo se da en el caso de que se posea una corporalidad hegemónica. Pasquinelli entiende que la presión que ejercen los distintos medios de comunicación sobre los cuerpos, comienza mucho antes de la llegada a dicha estación. Son meses de sobreinformación en relación a centros de estética, cirujanos plásticos, medicamentos y alimentación, donde el único objetivo es llegar al cuerpo ideal para poder ser consideradas aceptables/mostrables/deseables.

En conclusión, detrás de los mandatos de belleza hegemónica se esconde la presión por adecuarse y encajar. En este caso se trata de un ideal que asocia la belleza y la salud con delgadez. La exigencia que impone esta corporalidad, genera sufrimiento, ya que las mujeres se encuentran constantemente frente a una mirada (tanto externa como propia) que las aprueba o las desaprueba.

5.2.3. *La construcción de la mirada hegemónica sobre los cuerpos disidentes*

A partir de lo considerado hasta ahora, podemos ver dos aristas al momento de reconocer los significados sociales y valores que se reflejan en el cuerpo: la lectura que proponen “los otros”, ya sea médicos, familiares, medios de comunicación que reproducen el imaginario colectivo del *deber ser* sobre la corporalidad; y la lectura que se hace del propio cuerpo, que no necesariamente coincide con la primera.

Los **cuerpos disidentes** son aquellos que no responden a los cánones normativos que se producen y reproducen en el imaginario social. Dentro de esta categoría, se incluyen en el discurso de #HermanaSoltaLaPanza aquellos cuerpos que poseen las siguientes características: gordura (referida también como la existencia de “panza suelta”, “panza caída” o “rollos”), flacidez, estrías, vello corporal y celulitis.

Más de un cuarto de los relatos compartidos son de mujeres que manifiestan tener o haber tenido alguna de estas características. La totalidad de este grupo expresa una asociación de esta corporalidad con experiencias negativas que incluyen **sensación de vergüenza o miedo al rechazo**. Vemos aquí cómo los procesos de normativización del cuerpo hegemónico llevan a un proceso de ocultamiento de todo cuerpo que no responda a ese modelo deseado.

The image shows a screenshot of an Instagram post. On the left, there is a white text box with a black border containing the following text: "Siempre la guerra con mi cuerpo, desde que tengo uso de razón..
Encontre un diario hace poquito, de mis 7 años.. y a esa edad escribía que era obesa y nadie me quería por eso, que deseaba ser flaca para que los chicos gustaran de mi y poder hacer amigos..
Me dolió tanto leer eso, lo sufrí por la niña q fui, y porque tengo una hija de 3 años que odiaría q pase por eso..
Hoy tratando de amigarme conmigo, y darme amor #MQNFT". On the right, the Instagram post interface is visible, showing the profile of 'mujeresquenofuerontapa', the hashtag #HermanaSoltaLaPanza, and the main text of the post: "Vivimos en una cultura que nos cosifica hasta convencernos de que es más importante salir sin panza de la pandemia que salir vivas. Que nos enseña a mirarnos como cosas, en partes y pedazos; y odiarnos así. Que educa para avergonzarnos de nosotras mismas y robarnos el goce y el disfrute, no usar malla, no sentir el sol ni el vintito, o el agua fresca, no poder disfrutar de un encuentro sexual, no comer ni disfrutar de la comida. No gozar nunca. Soltar la panza es un gesto pequeño para empezar a decirle que no, a todo esto. Vamos de a poco, pero vamos que vamos #HermanaSoltaLaPanza. Seguimos recibiendo sus fotos y testimonios en Stories. Les pedimos que nos ayuden compartiendo las publicaciones porque IG no nos muestra." The post has 16,469 likes and is dated October 26, 2021.

Pieza 3.4: “Escribía que era obesa y nadie me quería por eso, que deseaba ser flaca para que los chicos gustaran de mí y poder hacer amigos” (Mujeres que no fueron tapa, 2021)

Respondiendo a la categorización que se hace socialmente entre cuerpos aceptables/deseables/mostrables y no aceptables/no deseables/no mostrables (hegemónicos y disidentes respectivamente), los testimonios de las mujeres expresan la dificultad de vivir ciertas experiencias a partir del cuerpo que poseen. Inicia con cuestiones como evitar el uso de cierta ropa (como shorts y bikinis) o accesorios (piercings en el ombligo) y llega hasta rehuir actividades o reuniones sociales para no tener que mostrarse en su cuerpo.

El uso de la bikini y la realización de deporte son dos de los aspectos más mencionados en los relatos. Respecto a la primera, los testimonios compartidos en el discurso la reconocen como el único (o el más promocionado) tipo de traje de baño para usar en el verano. Se asocia con el sol, el mar, la pileta y el ocio. No obstante, las características de esta prenda hacen que su uso resulte una imposibilidad de disfrute para las corporalidades disidentes.

La bikini impone una exposición del cuerpo al que las corporalidades disidentes no están habilitadas. Si culturalmente se considera que estos cuerpos no deben ser mostrados, esta prenda los deja sin posibilidad de acceder a todas aquellas actividades con las que se la vincula. Por tanto, a partir de la autovigilancia instituida, se los priva de relajada y abiertamente ir a playas, nadar en el mar o piletas, broncearse, publicar fotos, pasear o compartir espacios y momentos con otras personas en bikini.

Esta exclusión acarrea directamente una invisibilización de estas corporalidades. Su ausencia en este tipo de contextos contribuye a la idea de que el modelo de cuerpo hegemónico actual representa la normalidad. Se encuentra en los límites de lo no pensable⁷⁷ la posibilidad de que estas corporalidades no hegemónicas puedan mostrarse y disfrutar actividades en bikini, puesto que la exclusión social con base en una cultura gordofóbica conlleva una exclusión física de estos espacios.

El segundo caso, el deporte, resulta una situación particular. Por un lado, el discurso médico propone al deporte como una actividad que contribuye al mejoramiento de la salud integral. Manifiesta que el deporte es beneficioso para todas las personas, independientemente de su

⁷⁷ Recuperamos con este término la mirada teórica de Angenot (2010). El autor afirma que pueden identificarse las dominancias interdiscursivas, las maneras de conocer y de significar lo conocido que son lo propio de una sociedad, y que regulan y trascienden la división de los discursos sociales: la hegemonía. Es posible entonces reconstituir reglas generales de lo decible y de lo escribible, una tópica, una gnoseología, determinando, en conjunto, lo aceptable discursivo de una época.

edad y condiciones físicas⁷⁸. Por otro lado, en #HermanaSoltáLaPanza se afirma que históricamente se ha reproducido en el imaginario colectivo la idea de que el deporte es un mecanismo para adelgazar -y, por lo tanto, para cumplir con el mandato hegemónico-

Recuperando lo desarrollado en torno a la patologización de la gordura, la realización de actividad física en pos de poseer un cuerpo delgado responde entonces ya no sólo a una cuestión estética sino también a un imperativo médico. La ciencia médica, afirma Foucault (2004), propugna un discurso en el que, a través del pretexto de la salud, se potencia la normalización de los cuerpos. Esta narrativa médica no promovería entonces una asociación de deporte-salud, sino realmente de deporte-delgadez apuntando hacia el modelo de cuerpo hegemónico establecido.

A partir de ello se presenta una situación paradójica. Las mujeres expresan que existe este **mandato médico-estético** que las incentiva a la realización de actividad física; no obstante, nuevamente se enfrentan a la autovigilancia impuesta por no poseer un cuerpo hegemónico. Catorce de los relatos compartidos expresan sentir o haber sentido incomodidad o vergüenza en torno a la realización de algún deporte con short, calza, musculosa o corpiño deportivo. En este contexto donde el foco está en el cuerpo y su movimiento, las mujeres con corporalidades disidentes expresan una inclinación a ocultar sus cuerpos, incluso cuando ésto hace que no puedan moverse plenamente cómodas.



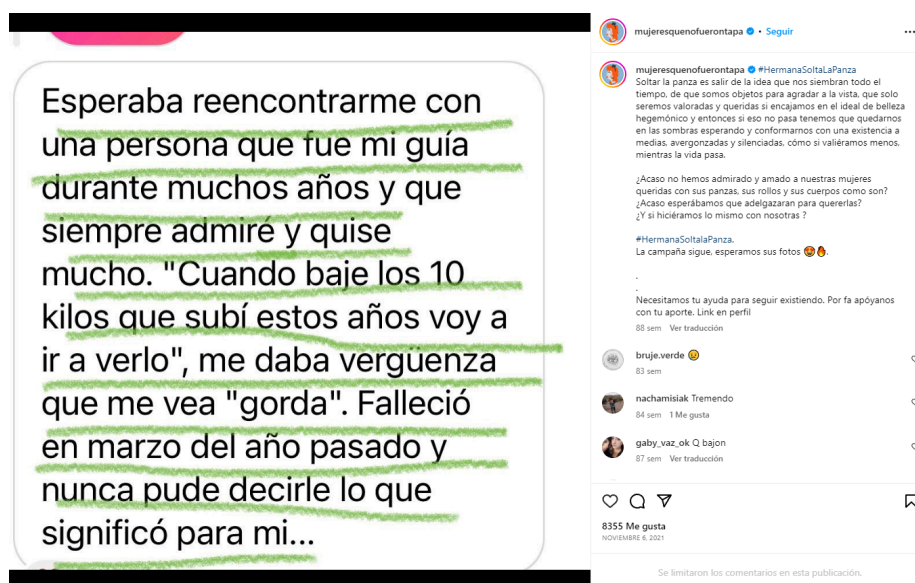
Pieza 3.3: “Mi panza virgen del sol. 50 años años jamás una bikini ni en mi casa”

⁷⁸ Organización Mundial de la Salud (2020). Directrices de la OMS sobre actividad física y hábitos sedentarios de un vistazo. Seamos activos. Recuperado de: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/337004/9789240014817-spa.pdf>

5.2.3.1. Vivir la disidencia: la negación del disfrute

Pasquinelli explica estas situaciones como una “negación del disfrute”. La internalización de los mecanismos de normalización del cuerpo hegemónico han llevado a estas mujeres a creer que todo cuerpo diferente es incorrecto. Por lo tanto, asumen formas de autovigilancia y autocastigo ante el incumplimiento de la norma social que llevan a una privación de posibilidades.

La activista manifiesta que adoptan una forma de existencia que implica “vivir en la incomodidad”⁷⁹, bajo la consideración de que no merecen ser visibles, amadas o reconocidas. Se han visto atravesadas por los mandatos de una corporalidad hegemónica, de modo que se atribuyen una valoración negativa hacia sí mismas.



Pieza 17: “‘Cuando baje los 10 kilos que subí estos años voy a ir a verlo’, me daba vergüenza que me viera ‘gorda’”. (Mujeres que no fueron tapa, 2021)

Asumiendo la corporalidad como un estado temporal variable, varios relatos expresan haberse dicho a sí mismas: “cuando bajé x cantidad de kilos”, “cuando esté más flaca”, “cuando recupere mi cuerpo”. La situación corporal se presenta entonces como una condición que les habilita o niega ciertas experiencias de disfrute o placer. Si socialmente se considera

⁷⁹ Recuperado de la pieza 47.

que la corporalidad disidente no debe ser mostrada ni deseada -y se castiga y vigila constantemente mediante los mecanismos de biopoder ya explicados-, entonces es consecuente que quienes poseen estas características se priven de espacios o actividades donde éste se vea expuesto.

Aunque resultan ejemplos individuales donde actúa materialmente la gordofobia internalizada, este fenómeno responde a una matriz de control mucho más grande. Se trata de una cultura gordofóbica que ha incidido en la población de modo tal que ha instaurado una mirada sobre el cuerpo que siempre debe ser vigilado (Hernando, 2020). Aquí la lectura social sobre el cuerpo coincide con la personal, en tanto prevalece la intención de invisibilizar todo aquello que no obedezca a los cánones corporales establecidos. Pasquinelli explica:

“Vivimos en una cultura que nos cosifica [...], que educa para avergonzarnos de nosotras mismas y robarnos el goce y el disfrute, no usar malla, no sentir el sol ni el vientito, o el agua fresca, no poder disfrutar de un encuentro sexual, no comer ni disfrutar de la comida. No gozar nunca”⁸⁰.

Vemos aquí cómo, en un primer momento, en el discurso de #HermanaSoltáLaPanza la corporalidad disidente se entiende como una corporalidad *otra* en tanto se encuentra en tensión con el mandato de lo hegemónico. Para las mujeres mientras que un cuerpo hegemónico implica ser delgada, sin arrugas ni marcas en la piel, con piel clara, tensa y lampiña; el cuerpo disidente se le opone en tanto implicaría ser gorda, con piel flácida que posee estrías, celulitis y vello corporal.

El incumplimiento del mandato representa para ellas algo de lo que avergonzarse y que debe ser ocultado. El mandato social, con base en un discurso tanto médico como estético, se ha instituido en ellas de forma tal que consideran su propio cuerpo como no mostrable, no deseable y no aceptable. Se reproduce la lectura que asocia la corporalidad disidente con valores plenamente negativos.

Vivir la disidencia implica vivir en un estado de incomodidad con su propio cuerpo, en tanto lleva consigo una cotidianidad plagada de mecanismos de autovigilancia y autocastigo. Resulta en: un ocultamiento de estos rasgos disidentes (por ejemplo, a partir de abandonar el uso de prendas como bikinis, musculosas, shorts y calzas); un evitamiento de situaciones en donde pudiesen verse expuestas (por ejemplo, evitar realizar actividad física en lugares

⁸⁰ Recuperado de la pieza 3.1.

públicos); y finalmente en una invisibilización de este tipo de corporalidades, reforzando indirectamente la idea de que los cuerpos hegemónicos representan la normalidad.

5.2.4. La construcción del contradiscurso: nuevos sentidos en torno a la disidencia

“**Soltar la panza**”, consigna que guía y da nombre al discurso activista, se presenta aquí como una metáfora que refiere al abandono de los sentidos reproducidos en torno a la categorización de corporalidades hegemónicas y disidentes, y al abandono de los mecanismos que los instituyen en el imaginario colectivo. Se trata de una marca retórica que actúa como una constante en casi la totalidad de los posteos.

Pasquinelli describe:

“#HermanaSoltáLaPanza [...] Es soltar la vergüenza que nos siembran con millones de imágenes que no se nos parecen. Es empezar a salir del odio aprendido hacia nuestros cuerpos, de la vergüenza de no encajar en un modelo creado para que no encajemos”⁸¹

En este sentido, reconocemos en el discurso una fuerte presencia del **componente prescriptivo**. El llamado a romper con el modelo único de corporalidad aceptado se propone como un imperativo universalizable. Es la toma de acción conjunta, en las formas personales de entender tanto el cuerpo propio como el de los demás, lo que llevaría al cambio social. Se trata de un componente con un fuerte llamado a la acción.

Resaltan en el discurso tres tipos de enunciados con este componente:

- Los enunciados impersonales: “*Salir* de ese diálogo, *dejar* de usar esas palabras y juicios aprendidos para referirnos a nuestros cuerpos es clave”⁸², “*Abrir* conversaciones, *empezar* a salir de la vergüenza, *soltar* con la panza la culpa”⁸³;

⁸¹ Recuperado de la pieza 2.

⁸² Recuperado de la pieza 5.

⁸³ Recuperado de la pieza 8.1.

- Las interpelaciones al prodestinatario: “Esperamos las imágenes de *sus* panzas sueltas, para hackearlo todo!”⁸⁴, “Llenemos las redes de *nosotras*”⁸⁵, “Cada gesto de cada una de *nosotras*, compartido, colectivizado, construye territorio para *todas*”;
- Los enunciados que aplican la frase “Soltar la panza” como consigna a seguir: “*Soltar la panza es* soltar el aire, la restricción, la vergüenza, es que salga la voz y aparezcamos”⁸⁶, “*Soltar la panza es* dejar de habitar la incomodidad, el calor, el dolor, como si fuera algo natural, como si tuviéramos que aceptarlo porque es parte de la experiencia de las mujeres”⁸⁷, “*Soltar la panza es* volver al cuerpo que es el que nos permite el disfrute, jugar, estar juntos, recuperar para nosotras el deporte y el juego por placer, despertar a otras posibilidades de la existencia”⁸⁸.

Se trata de un llamado imperativo a la participación política como respuesta a un problema social. #HermanaSoltáLaPanza da uso de la antítesis para referir al estado actual de la situación en comparación del estado posible. Para ello, aplica términos como: “soltar la restricción”, “soltar la vergüenza”, “soltar la incomodidad”, para así permitir “el disfrute”, “el placer”, y nuevas “posibilidades de existencia”.

En este componente prescriptivo es posible ver la relación que se construye con el contradestinatario en tanto se propone qué hacer para que éste no pueda cumplir su objetivo. Se reitera frecuentemente a lo largo del discurso el uso de “Soltar la panza” como enunciado que rechaza el establecimiento de un único modelo de corporalidad como normal y aceptable y la instauración de mecanismos de vigilancia y castigo sobre el propio cuerpo.

Esto se expresa de los siguientes modos: “Soltar la panza es salir a hacer todo eso que nos negamos porque *nos dijeron que no era para nosotras*, es sentirnos fuertes, merecer el espacio que ocupamos”⁸⁹, “Soltar la panza es *salir de la opresión de un modelo* que nos avergüenza para controlarnos”⁹⁰, “Soltar la panza es más que soltar un rollo, es reconocernos capaces de todo eso que *nos dijeron que no podíamos*”⁹¹.

⁸⁴ Recuperado de la pieza 7.2.

⁸⁵ Recuperado de la pieza 8.1.

⁸⁶ Recuperado de la pieza 4.1.

⁸⁷ Recuperado de la pieza 44.

⁸⁸ Recuperado de la pieza 11.1.

⁸⁹ Recuperado de la pieza 16.

⁹⁰ Recuperado de la pieza 69.

⁹¹ Recuperado de la pieza 77.

De este modo, “Soltar la panza” actúa como metáfora que entreteje a lo largo de todo el discurso un orden del *deber ser*. Presenta una nueva posibilidad de existencia que considera necesaria y que requiere de la acción colectiva para concretarse. El cambio de perspectiva en los significados que atraviesan a las corporalidades se presenta como un futuro deseable a la vez que factible. Paralelamente implica un rechazo al discurso de su contradestinatario al proponer un abandono de los mecanismos de vigilancia corporales.

5.2.4.1. Cuestionamiento de la normatividad

A partir de lo analizado, desarrollaremos en este apartado cómo se posiciona #HermanaSoltáLaPanza respecto a los sentidos construidos en el imaginario colectivo sobre la corporalidad hegemónica. Tomaremos en cuenta dos puntos centrales del discurso: 1) el rechazo al establecimiento de un único modelo de corporalidad como normal y aceptable; 2) la crítica a la instauración de mecanismos de vigilancia y castigo sobre el cuerpo propio y el ajeno. Se trata de dos aspectos centrales en el movimiento de liberación corporal.

En primer lugar, el discurso propone un **rechazo al establecimiento de un único modelo de corporalidad -el cuerpo hegemónico- como normal y aceptable**. #HermanaSoltáLaPanza recupera los sentidos hegemónicos sobre la corporalidad para polemizarlos. Los relatos expresan una imposibilidad de sentirse representadas con este modelo de cuerpo asumido como deseable, incluso en los casos en que pudiesen cumplir con sus características. Los procesos de autovigilancia están tan enraizados que nunca permiten una conformidad total con lo obtenido.

La activista hace allí una crítica a dos instituciones: al discurso médico al asociar la delgadez con la salud desde una voz técnico-profesional; y a los medios masivos de comunicación, al visibilizar únicamente las corporalidades hegemónicas. Ambas llevan a cabo una producción de subjetividades estandarizadas en torno a la corporalidad, que no reconoce a la diversidad corporal dentro de los cánones aceptables.

Recuperando lo desarrollado en torno al mandato médico-estético, desde #HermanaSoltáLaPanza se critica el fomento de un discurso que atenta contra los valores que dice defender. Consideran que la cultura de la delgadez ha atravesado a la medicina, de modo que se atenta contra la salud integral (especialmente contra la salud psicológica) a partir de la

implantación de mecanismos de vigilancia tales como: la promoción de dietas, consumo de laxantes y realización de deporte con el único objetivo de bajar de peso por cuestiones estéticas. Pasquinelli expresa: “La cultura de la delgadez nos subalimenta, déficit de vitaminas, ultra delgadez y sin embargo nos siguen mostrando esto como saludable”⁹².



Pieza 48: “Panza chata no es sinónimo de salud”, “Dejen de exigirnos que seamos todas iguales, somos seres vivos, no muñequitas producidas en serie”

(Mujeres que no fueron tapa, 2021)

A partir de ello, se expresa en el discurso activista un rechazo a este proceso de normalización de un único cuerpo con características que resultan inalcanzables. Considerando que el saber clínico es asumido socialmente como verdadero, éste posee la capacidad de determinar aquello que es normal y rechazar aquello que no lo es. Por lo tanto, en este contexto se trataría de una modelación de las conductas y preferencias de las mujeres en torno a un objetivo que en realidad les resulta imposible. Se denuncia así esta voz de autoridad que, al establecer una asociación directa de salud con delgadez, promueve un proceso de normalización de los cuerpos hegemónicos.

En lo referente a los medios masivos de comunicación, se denuncia la existencia de estrategias de normalización que jerarquizan y excluyen corporalidades. Se promueve un

⁹² Recuperado de la pieza 61.

discurso que asocia las corporalidades hegemónicas con valores positivos (lo “bello, deseable, exitoso”⁹³) al mismo tiempo que invisibiliza la diversidad corporal. Se trata de una jerarquización en la valoración de estos cuerpos de acuerdo al grado de cumplimiento de los mandatos de belleza. La disidencia simplemente se oculta o se presenta como algo a cambiar mientras que los únicos cuerpos que asumen el carácter de mostrables y deseables son los hegemónicos.

Hay una ausencia de representatividad corporal, lo cual modela la idea de normalidad que se reproduce socialmente. En #HermanaSoltáLaPanza se afirma: “Lo que no vemos, no existe y las redes y los medios censuran la mayoría de los cuerpos para vendernos que la realidad de muchas está mal y hay que corregirlo”⁹⁴. Se trata de un sistema que busca encauzar conductas, de un modo en que la disidencia es resaltada como anormal.

Aquí es importante considerar que estos procesos de “corrección” están vinculados a productos de belleza, tratamientos estéticos, alimentos dietéticos, cirugías, entre otros. En un contexto donde incluso la belleza y la salud pueden ser productos comerciables, el establecimiento de un ideal de cuerpo inalcanzable lleva a una constante búsqueda sin fin en la que la mujer es tendiente a actuar y consumir en pos de ser considerada suficiente. Más de 20 relatos describen al modelo de cuerpo hegemónico como ajeno e inalcanzable. A partir de ello, el discurso activista denuncia esta promoción mediática que no se centra en los productos *per se*, sino en la posibilidad de que las mujeres puedan ser consideradas aceptables/mostrables/deseables.

Vemos aquí una **crítica a la instauración de mecanismos de vigilancia y castigo** sobre el cuerpo propio y el ajeno.

En este sentido, reconocen que en el imaginario colectivo existe una asociación de estas corporalidad con valores negativos que llevan a considerar a estas mujeres como: “vagas”⁹⁵, “fracasadas”⁹⁶, “de segunda”⁹⁷, una “falla”⁹⁸. El uso de estos estereotipos responden al marco de corrección que implica el modelo normativo, es decir que actúan como mecanismos de vigilancia y control sobre las mujeres.

⁹³ Recuperado de la pieza 36.

⁹⁴ Recuperado de la pieza 7.2.

⁹⁵ Recuperado de la pieza 48.

⁹⁶ Recuperado de la pieza 48.

⁹⁷ Recuperado de la pieza 27.

⁹⁸ Recuperado de la pieza 12.1.

El discurso asume como base de su crítica la disminución de posibilidades de existencia para las mujeres con corporalidades disidentes. Se plantea que la vivencia en un estado constante de incomodidad es un “robo”⁹⁹ hacia estas mujeres. Alude a una privación de derechos (derecho al disfrute, al respeto y al trato digno) con motivo de sus características corporales.



Pieza 15: “Como si por ser como somos no tuviéramos derecho a la comodidad, al placer, a tratarnos bien y que nos traten bien, porque eso es lo que nos enseñaron y nos siguen enseñando la cultura con su bombardeo diario”
(Mujeres que no fueron tapa, 2021)

Por lo tanto, vemos a lo largo de todo el discurso de #HermanaSoltaLaPanza un fuerte enfrentamiento hacia la cultura gordofóbica que establece procesos de normativización de la corporalidad hegemónica. Critica al discurso médico y al mediático que, ya sea a través de la invisibilización o a través de la significación que hace de la salud, buscan establecer un único modelo corporal como normal y aceptable. A partir de ellos se busca modelar y encauzar las preferencias y comportamientos de las mujeres, de modo que los procesos de vigilancia y control sean enraizados y aparenten responder a una necesidad propia. Por lo tanto, posicionándose desde el movimiento de liberación corporal, se enuncia un rechazo a este sistema que perpetúa mecanismos de control corporal.

⁹⁹ Recuperado de la pieza 19.

5.2.4.2. El reconocimiento de la otra corporalidad

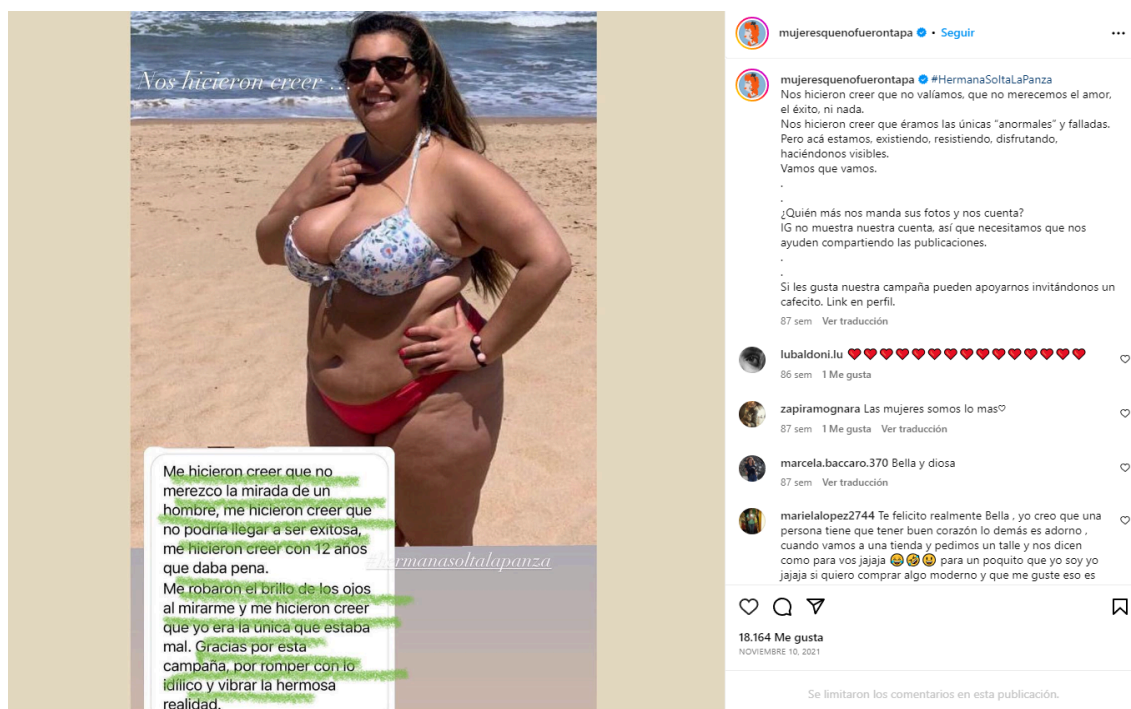
#HermanaSoltaLaPanza propone una reconfiguración de las lecturas sociales en torno a las corporalidades disidentes. Se trata de resignificar la mirada de las mujeres sobre la propia corporalidad principalmente. En este apartado analizaremos los nuevos sentidos propuestos sobre la corporalidad disidente en relación a la visibilización de la diversidad corporal, la liberación corporal y el amor propio.

“Hackear la hegemonía”¹⁰⁰, como propone Pasquinelli, resulta una metáfora que apunta a romper con el proceso de invisibilización de las corporalidades disidentes. Implica un llamado a la acción a su comunidad a visibilizar la diversidad corporal en las redes sociales. Reafirma con el término “hackear” su carácter ciberactivista al referirse a formas de participación que toman lugar plenamente en Instagram.

Se trata de acabar con la consideración de que sólo el cuerpo hegemónico puede ser mostrable, de modo que las mujeres puedan libremente enseñar sus cuerpos disidentes. La difusión de fotografías de mujeres con una heterogeneidad de corporalidades cumple un papel clave para ello en tanto es una expresión de ruptura de esa normatividad.

La **visibilización de la diversidad corporal** permite que las mujeres reconozcan en el plano de lo visible, lo conocido y lo aceptable a corporalidades que reflejan la propia. Casi un tercio de las fotografías compartidas en #HermanaSoltaLaPanza son de mujeres enseñando su cuerpo. Generalmente están en poses relajadas y sin ningún tipo de edición. Muestran todos aquellos elementos que, de acuerdo al mandato de belleza, debieran ser ocultados: “rollos”, “alitas”, gordura, estrías, flacidez y celulitis. Se trata de la habilitación de un espacio de visibilización de cuerpos que históricamente habían sido negados.

¹⁰⁰ Recuperado de la pieza 18.1.



*Pieza 24: “Nos hicieron creer que éramos las únicas ‘anormales’ y falladas”
“Gracias por esta campaña, por romper con lo idílico y vibrar la hermosa realidad”
(Mujeres que no fueron tapa, 2021)*

Los relatos expresan una identificación con los cuerpos y las experiencias de las demás mujeres de la comunidad virtual. Logran verse y sentirse representadas. Permiten romper con aquel modelo de cuerpo que les es presentado como normal, pudiendo reconocer otra realidad. Este tipo de acciones de visibilización implican una resistencia política contra los mecanismos de vigilancia y ofrecen la posibilidad de empoderar a quienes se sienten identificadas con sus cuerpos.

En este sentido, a lo largo del discurso se expone un avance progresivo en los relatos de las mujeres respecto a la **liberación corporal**. Inicia con historias de privaciones (por ejemplo, en aspectos como la moda, el deporte, etc.) y va evolucionando hacia relatos sobre vivencias de esas mismas experiencias a partir del abandono de la perspectiva pesocentrista. Se abren nuevas posibilidades de existencia. Cerca de un tercio de los relatos sostienen que se trata de abandonar la vergüenza y las restricciones instituidas. Se afirma al respecto:

“Cada vez que una de nosotras hace ‘por primera vez’ eso que nunca hicimos, ese gesto que siempre nos dijeron que no podíamos hacer, estamos recuperando un

territorio que es nuestro, el de poder hacer, el de ser quienes somos y habitar ese ser quienes somos con orgullo y no con vergüenza”¹⁰¹.



Pieza 47: “Para muchas de nosotras, vivir en la incomodidad, o pasar calor, porque nos daba vergüenza no ser como esas imágenes de cuerpos delgados, blancos y jóvenes ejercitándose que nos bombardean por todos lados. Ya no más. Queremos para nosotras la libertad de la comodidad, el bienestar y el disfrute” (Mujeres que no fueron tapa, 2021)

Esta liberación corporal implica una reforma del “diálogo interno”, en términos de acabar con la reproducción de palabras de castigo hacia sí mismas. Consiste en una resignificación de ciertos términos y situaciones. El objetivo último es una reconfiguración de la propia corporalidad desde la aceptación y el **amor propio**. Para ello, reconocemos en el discurso la propuesta de una reconfiguración de los siguientes puntos:

- Humanización de la corporalidad:

Se expresa que el cuerpo no debe ser asumido como una “cosa”, un elemento vacío del cual sólo importa su apariencia, sino que debe ser entendido en tanto parte de la persona. Se lo deja de entender como un “impedimento”¹⁰² para ser asumido como aquel que les facilita el desempeño de sus actividades y el alcance de sus objetivos. Una vez establecida esa base, se pretende que las características y formas que asume el cuerpo dejen de asociarse a valores negativos para pasar a ser positivos o neutros.

¹⁰¹ Recuperado de la pieza 12.1.

¹⁰² Recuperado de la pieza 11.2.

- La panza:

Se propone que la panza deja de ser entendida como una característica que debe ser ocultada y de la cual avergonzarse. Se busca que pase a ser asumida meramente como una parte más de sus cuerpos y/o como una expresión de su libertad corporal.

Respecto a lo primero, se pretende que las características de tamaño y rigidez de la panza de las mujeres (siendo antes chata y rígida en lo hegemónico versus grande y flácida en la disidencia) pasen a ser meras descripciones, despojadas de apreciaciones positivas o negativas. En tanto lo segundo apunta a que la visibilización de la panza sea motivo de orgullo, de expresión del abandono de los mecanismos de vigilancia en pos del amor propio.

- El discurso médico:

El discurso médico y el deporte, dos aspectos mencionados anteriormente como parte de este sistema de normativización, también son reformulados.

Primero, en torno al discurso médico reformulan el término “salud”. Pretenden dar fin con la asociación delgadez-salud, a partir de visibilizar el daño a la salud física y mental que ha llevado ese mandato. Se comparten relatos que expresan angustia y enfermedades (como TCAs) desarrolladas por la obediencia estricta del “mandato de delgadez”¹⁰³ y el autocastigo ante su incumplimiento. Pretenden romper con este paradigma al posicionarse desde una perspectiva de salud integral que apunte a un estado de bienestar físico, psicológico y social. Se rompe con el mandato médico-estético para ir hacia una mirada de equilibrio entre lo físico, lo psicológico y lo social.

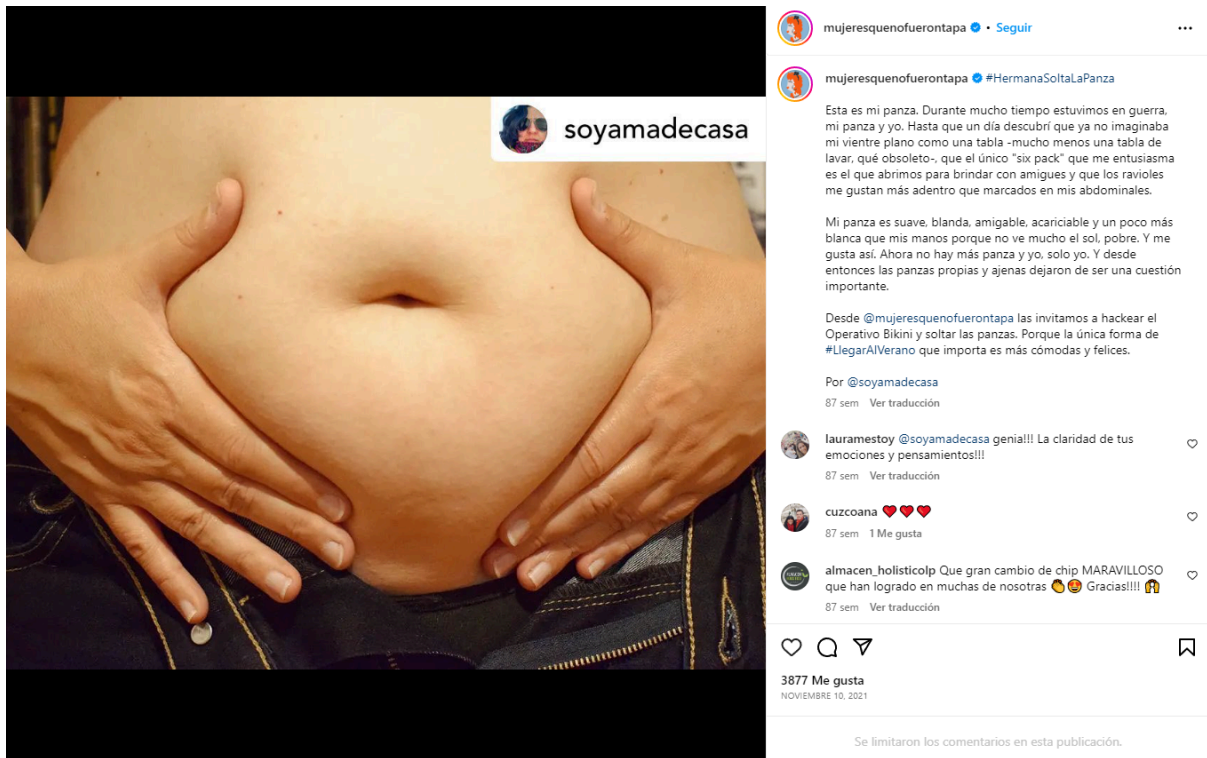
- El deporte:

Se postula el abandono de la consideración del deporte como mecanismo para lograr bajar de peso. Se habla de “recuperar”¹⁰⁴ la realización de actividad física y de juegos por placer y salud, no por mandato. Implica para ellas una reconquista del derecho al disfrute que fue “robado”¹⁰⁵ por el mandato corporal.

¹⁰³ Recuperado de la pieza 61.

¹⁰⁴ Recuperado de la pieza 11.1.

¹⁰⁵ Recuperado de la pieza 23.



Pieza 26: “Ahora no hay más panza y yo, sólo yo. Y desde entonces las panzas propias y ajenas dejaron de ser una cuestión importante” (Mujeres que no fueron tapa, 2021)

Este reconocimiento y aceptación de la *otra* corporalidad apunta a la habilitación de nuevas posibilidades de existencia de estas mujeres por fuera de los mandatos que les fueron instituidos. A lo largo del discurso, los relatos expresan vivir una sensación de libertad a partir de esta resignificación de la propia corporalidad. Casi un cuarto de las mujeres comentan sus propias experiencias de liberación corporal o afirman sumarse al movimiento.

En tanto politización de la individualidad, la visualización de un conjunto heterogéneo de corporalidades rompería con el ideal de lo mostrable/deseable/aceptable sobre la corporalidad. Esta estrategia busca que las mujeres de la comunidad virtual se sientan representadas en aquellos cuerpos que ven en las redes sociales. Resulta en la habilitación de un nuevo espacio de visibilización para estas mujeres que hubiesen sido ocultadas por su corporalidad.

A partir de lo desarrollado en este apartado, podemos concluir que #HermanaSoltáLaPanza construye un contradiscurso respecto a las formas de entender las corporalidades. En tanto discurso político, rechaza la lectura actual que establece al cuerpo hegemónico como

aceptable/mostrable/deseable y al cuerpo disidente como no aceptable/no mostrable/no deseable.

Plantea una revalorización de las corporalidades disidentes y hegemónicas, y en una resignificación de la propia corporalidad. Asume como pilares de su propuesta la visibilización corporal de la diversidad corporal, la liberación corporal y el amor propio. En función de eso, su discurso se basa en la visibilización de fotografías y relatos de mujeres con corporalidades disidentes (pertenecientes a la comunidad virtual), el abandono de los mecanismos de vigilancia y castigo corporales, y la resignificación de ciertos términos y acciones en torno a la corporalidad.

6. CONCLUSIONES FINALES

Iniciamos este trabajo con el objetivo de describir los sentidos respecto a las corporalidades disidentes, que se construyeron en el discurso de ciberactivismo #HermanaSoltáLaPanza, impulsado por @MujeresQueNoFueronTapa en Instagram. Nuestro interés investigativo se centró en abordar la intersección entre ciberactivismo, corporalidad y feminismo en un discurso específico que tomó lugar en nuestro país. Para ello, reconociendo que se trata de un discurso político, buscamos reconocer cuáles son las condiciones de producción en que se construye este discurso, el modo en que se configuran los destinatarios, las formas de denominar a la situación corporal y las formas de abordar la disidencia desde la interpelación política. A continuación abordaremos cada uno de esos objetivos planteados.

6.1. *Las condiciones de producción*

En el desarrollo de este trabajo, identificamos discursos preexistentes a #HermanaSoltáLaPanza, los cuales constituyen sus condiciones de producción. Al formar parte de una red infinita de semiosis, se trata de aquellos que habilitaron su campo de sentidos posibles. En este aspecto, hemos podido reconocer a los siguientes.

En primer lugar, al **movimiento feminista** en Argentina. Desde el activismo, se venía movilizándolo en pos de la igualdad de derechos laborales, económicos y sociales de las mujeres. Reconocemos que #HermanaSoltáLaPanza recupera de este movimiento la politización de la individualidad. Esta premisa coloca dos sentidos en juego.

Por un lado, le permite presentar como problema político la lectura social sobre las corporalidades. Entiende que las experiencias de discriminación o violencia que viven las mujeres con corporalidades disidentes no son hechos individuales sino que responden a una cultura gordofóbica que busca invisibilizarlas. Destacando un componente descriptivo, #HermanaSoltáLaPanza recupera relatos de mujeres de su comunidad virtual que relatan la situación presente y pasada en torno al problema. Se diluyen los límites entre la esfera pública y la privada, buscando poner a la luz la incidencia de la cultura gordofóbica en las vivencias personales.

Por otro lado, consideramos que esta perspectiva habilita una respuesta política en tanto ofrece una propuesta. Resaltamos aquí un fuerte componente prescriptivo, #HermanaSoltáLaPanza hace un llamado entonces a la acción colectiva. Al considerar que las decisiones personales cotidianas construyen y/o reconstruyen visiones del mundo, este discurso propone entonces compartir experiencias e imágenes de mujeres con diversidad corporal con el objetivo de romper con el ideal de lo mostrable/deseable/aceptable sobre la corporalidad. Se da lugar así a la visibilización de la diversidad corporal.

En segundo lugar, identificamos a la **Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito** en tanto había puesto en debate la autonomía corporal de las mujeres. Luego, al **activismo gordo** por ser pioneros en la participación política en torno a la legitimación de los diferentes tipos de corporalidades. Podemos ubicar allí a Brenda Mato como ciberactivista referente del movimiento, con la que luego interactúa @MujeresQueNoFueronTapa.

Finalmente, reconocemos una situación contextual y estacional en tanto es durante la época estival en donde estos discursos coactivos sobre la corporalidad emergen con mayor fuerza. Es entonces el **verano** ese momento en donde se vuelve propicio y necesario activar una campaña para visibilizar opresiones sobre la imagen. De esta manera, #HermanaSoltáLaPanza entiende que existe una presión estacional vinculada al verano, en la que se reproducen en el imaginario colectivo mandatos vinculados al verse delgadas llegado el calor. A partir de ello, hace una crítica a postulados como “llegar al verano” y “operativo bikini” al considerar que se traducen en mecanismos sistemáticos de vigilancia y control corporal.

6.2. La configuración de los destinatarios

#HermanaSoltáLaPanza es un discurso político que polemiza la normativización del cuerpo hegemónico en el imaginario colectivo. Consideramos que asume como base de su discurso un cuestionamiento de los procesos de normativización de la corporalidad hegemónica. Estos procesos no son explícitos y fácilmente localizables, sino que se trata de mecanismos permanentes y reguladores que establecen un parámetro de lo normal en el imaginario colectivo. Por lo tanto, busca polemizar la cultura gordofóbica que categoriza a los cuerpos en aceptables/mostrables/deseables o no aceptable/no mostrable/no deseable.

En relación a ello, este discurso ciberactivista configura tres tipos de destinatarios. En primer lugar, al **contradestinatario** conformado por aquellas instituciones que reproducen los sentidos hegemónicos sobre las corporalidades. Hemos podido reconocer:

- El discurso de familiares y amigos:

En tanto culturalmente se asocia a la corporalidad hegemónica con valores positivos (como el éxito social, la felicidad y la salud), este grupo promueve prácticas sistemáticas de vigilancia sobre el cuerpo como el “meter la panza”. Se describe como una práctica institucionalizada en mujeres desde temprana edad para tratar de disminuir su tamaño y ocultar una de las características que las vuelve no aceptables.

- El discurso médico:

Reconocemos una denuncia de una patologización de la gordura a partir de una asociación de la salud con la delgadez. Es descrita en el discurso ciberactivista como la promoción de un “mandato de delgadez”.

- Los medios masivos de comunicación:

#HermanaSoltáLaPanza basa su crítica en la consideración de que este contradestinatario busca establecer la asociación del cuerpo hegemónico con el éxito social y su instauración como modelo representativo de la normalidad, mediante la visibilización exclusiva de estas corporalidades. Denuncian también que paralelamente promueven mecanismos de disciplinamiento corporal como uso de fajas, realización de dietas estrictas y consumo de alimentos dietéticos.

Se trata de discursos que reproducen una lectura propuesta por “los otros” sobre el *deber ser* de la propia corporalidad.

En segundo lugar, se ubica al **paradestinatario** que abarca al conjunto de mujeres que aún reproducen mecanismos de autovigilancia y autocastigo en torno a su corporalidad. Se busca convencerlas de que se sumen a la reconfiguración de la valorización que hacen de las corporalidades.

Finalmente, reconocemos al **prodestinatario** como el conjunto de mujeres de la comunidad virtual de @MujeresQueNoFueronTapa. Asumen el rol de prosumidores en tanto participan

activamente en compartir experiencias y fotografías de sus corporalidades, siguiendo con la propuesta de #HermanaSoltáLaPanza.

A lo largo del discurso se busca establecer un fuerte sentido de pertenencia en este prodestinatario, de modo que se da un marcado uso del nosotros inclusivo. También se recupera del movimiento feminista el uso de los términos “Hermana” (que forma parte del nombre del discurso en sí) y “Compañera”.

6.3. Formas de denominar la situación corporal y de abordar la disidencia desde la interpelación política

#HermanaSoltáLaPanza propone una reconfiguración de las lecturas sociales en torno a las corporalidades. Se trata de la construcción de un contradiscurso basado en una revalorización de las corporalidades disidentes y hegemónicas, y en una resignificación de la propia corporalidad.

Desde una perspectiva sociocultural, en #HermanaSoltáLaPanza se entiende que los cuerpos están atravesados por imaginarios sociales en torno a lo bello, aceptable o deseable, los cuales impactan en la posición del individuo en la sociedad. Esta condición social de los cuerpos hace que los códigos discursivos y las convenciones sociales que los atraviesan no sean algo fijo e inmutable, sino que es posible su modificación. A partir de ello, este discurso asume como objetivo promover una **revalorización de los sentidos en torno a las corporalidades disidentes y hegemónicas**.

Reafirmando su carácter ciberactivista, propone como plan de acción a su comunidad un “hackeo” de los mecanismos que reproducen estos imaginarios a partir de “soltar la panza”. Se trata de dos metáforas que aluden a la reconfiguración de aquel modelo corporal de “lo normal” a partir de un proceso de visibilización de la diversidad corporal en redes sociales. Interpela políticamente a sus prodestinatarios para llevarlos a la toma de acción colectiva.

“Hackear” implica formas de participación de la comunidad ciberactivista que toman lugar plenamente en Instagram. Se reitera a lo largo de los posts el “hackear el operativo bikini y el operativo llegar al verano”, entendidos enunciados que se traducen en prácticas sistemáticas reproducidas en el imaginario colectivo que buscan establecer como necesario el ser delgadas en verano. Se trata de acabar con la consideración de que sólo el cuerpo

hegemónico puede ser mostrable, de modo que las corporalidades disidentes puedan mostrarse libremente en ropa que exponga su cuerpo (como bikinis, shorts, musculosas y demás prendas que frecuentemente se usan en verano).

Dentro de #HermanaSoltaLaPanza, no existe un parámetro de normalidad para “los cuerpos reales”¹⁰⁶. Hay una negación de la verdad institucionalizada de la corporalidad: el cuerpo hegemónico no constituye para ellas una imagen verdadera de un cuerpo real. Resignifican la corporalidad hegemónica en tanto dejan de considerarla como aquel cuerpo representante del *deber ser*. Por lo contrario, manifiestan que la **diversidad corporal**, entendida como el conjunto de las corporalidades en sus múltiples diferencias y similitudes, respondería efectivamente a la realidad de todas las mujeres.

Este reconocimiento de la diversidad corporal como “lo normal” implica un quiebre con el modelo normativizado. Supone que la disidencia deje de ser considerada anormal y pase a ubicarse dentro de lo esperable. Para lograrlo, en #HermanaSoltaLaPanza consideran que debe ocurrir un abandono de los estereotipos que reproducen lecturas negativas en torno a la disidencia. Así pues, eliminando la vara que establece lo aceptable en términos de corporalidad, se erradica la jerarquización de las mujeres en base a su cumplimiento. De esta forma, el discurso ciberactivista apunta a una liberación de los mecanismos de control corporal.

En este sentido, “soltar la panza” es una respuesta directa al mandato de “meter la panza”. Va más allá de la acción en sí misma. Esta metáfora implica la promulgación de un abandono de los mecanismos de vigilancia y castigo corporales. Se apunta en contra de prácticas como: hundir la panza, realizar deportes exclusivamente con el objetivo de bajar de peso, evitar el uso de shorts o tops para ocultar marcas en la piel como celulitis o estrías, usar fajas para simular tener un menor tamaño corporal, entre otras.

La visibilización de la diversidad corporal y la difusión e intercambio de experiencias en Instagram son una expresión de ruptura de esa normatividad. Consideramos que permite que las mujeres reconozcan en el plano de lo visible, lo conocido y lo aceptable a corporalidades que reflejan la propia. En este sentido, recuperamos la consigna que dio origen al movimiento @MujeresQueNoFueronTapa: cuestionar los criterios bajo los cuáles se considera qué mujeres pueden ser “mostrables” y cuáles no. Se habilitan así nuevos espacios de visibilización y nuevas posibilidades de existencia.

¹⁰⁶ Recuperado de la pieza 9.7.

Para concluir, retomando el concepto de cuerpos sociales, entendemos como democratización de los cuerpos a la apertura hacia una participación política de cada vez más personas -en especial mujeres- en torno a los significados y representaciones que atraviesan a la corporalidad. Consideramos que en el dinámico ecosistema digital actual las redes sociales emergen no sólo como herramientas de comunicación, sino como plataformas poderosas para el cambio social. Ofrecen a los grupos disidentes un espacio sin precedentes para ser escuchados, permitiendo la ruptura de estereotipos y la redefinición de normas socioculturales.

#HermanaSoltáLaPanza se presenta aquí como un discurso que, desde el *body positive* y el feminismo, da uso de las posibilidades que ofrece la red social Instagram para desafiar la verdad estandarizada sobre la corporalidad, reconfigurar los sentidos en torno a la disidencia y habilitar un espacio para visibilizarlos.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Albarello, F. (2019). *Hacia una ecología de las pantallas*. En Lectura transmedia. Leer, escribir, conversar en el ecosistema de pantallas. Buenos Aires, Argentina. Recuperado de:
https://www.researchgate.net/publication/351098933_Lectura_transmedia_leer_escribir_conversar_en_el_ecosistema_de_pantallas
- Alonso Sánchez J. y Muyor Rodríguez, J. (2018). *Cuerpos disidentes y diversidad funcional: lo sexual como espacio de activación socio-política*. Millcayac - Revista digital de Ciencias Sociales. Vol. V. n°9. UNCuyo. Mendoza. Recuperado de:
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6531573.pdf>
- Alvarez Castillo, Constanza, (2014). *Un feminismo gordo, lésbico, antikapitalista & antiespecista*. Valparaíso, Chile.
- Angenot, M. (2010). *El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires, Argentina. Ed. Siglo Veintiuno.
- Arendt, H. (1959). *Introducción a la política*. Chicago, Estados Unidos. University of Chicago.
- Argentina.gob.ar (sf.) *Acceso a la interrupción del embarazo: IVE/ ILE* Recuperado de:<https://www.argentina.gob.ar/generos/acceso-la-interrupcion-voluntaria-del-embarazo-ive> [5 de octubre de 2023]
- Argentina.gob.ar (sf.) *Normativa: Ley 26396*. Normativa. Recuperado de:
<https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-26396-144033/texto> [25 de julio de 2023]
- Bacon, L. (2010). Health at every size: the surprising truth about your weight. The HAES Manifesto. Recuperado de:
https://lindobacon.com/HAESbook/pdf_files/HAES_Manifesto.pdf
- Balda, A.; Delgado Ulloa V.; y Panchana, G. (2016). *Evaluación de la incidencia de las redes sociales en el activismo digital y empoderamiento ciudadano*. Proyecto de aplicación profesional. Universidad Casa Grande. Ecuador.

- Dantí, C. (2022) *Qué es el body positive*. Diario Uncomo. Recuperado desde: <https://www.mundodeportivo.com/uncomo/belleza/articulo/que-es-el-body-positive-52146.html#:~:text=C%C3%B3mo%20surge%20el%20body%20positive&text=En%201996%2C%20las%20feministas%20Elizabeth,modelos%20curvies%2C%20abanderadas%20del%20movimiento>
- De Ugarte, D. (2007). *El poder de las redes. Manual ilustrado para personas, colectivos y empresas abocados al ciberactivismo*. En Libro de grabados. España. Recuperado de: <http://www.pensamientocritico.org/davuga0313.pdf>
- Diaz Esther (2022). Lo pedís, lo tenés Vivi Canosa. *Página 12* <https://www.pagina12.com.ar/408466-lo-pedis-lo-tenes-vivi-canosa>
- Diaz Esther (2021). Lo que puede un cuerpo. *Página 12* <https://www.pagina12.com.ar/324295-lo-que-puede-un-cuerpo>
- Diaz Esther (2021). Mi cuerpo es todo lo que tengo. *Página 12* <https://www.pagina12.com.ar/387755-mi-cuerpo-es-todo-lo-que-tengo>
- Enguix Grau, B. y González Ramos, A. (2018). *Cuerpos, mujeres y narrativas: Imaginando corporalidades y géneros*. Athenea Digital. Recuperado de: <https://atheneadigital.net/article/view/v18-n2-enguix-gonzalez>
- Facio, A.; Alarcon, S.; Arce, M.; Arroyo, R.; Carias, A.; Carolina, M.; Cofiño, A.; Flores, D.; Jiménez, Y.; Méndez, L.; Moisa, M.; Monzón, A.; Navarro, F.; Ortega, L.; Orozco, A.; Rodriguez, T.; Salas, M.; Santos, A.; Vélez, A.; Zavala, D.; Zuñiga, M. (2013). *¿Por qué lo personal es político?*. JASS: Asociadas por lo Justo. Recuperado de: https://justassociates.org/wp-content/uploads/2022/02/dv_3_-_porq_lo_personal_es_politico.pdf
- Facultad de Psicología (12 de marzo 2021): *MUJERES QUE NO FUERON TAPA. Conversamos con Lala Pasquinelli*. Facultad de psicología. Universidad Nacional de Córdoba. [Archivo de video] Youtube. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=ufkdSLEyf6w>
- Favre, A. y Hauff, V. (2023). *Apuntes para torcer y desmesurar lo recto. Entre activismos, la ESI, la gordura y lo queer*. Sección Conversaciones para un feminismo

descentrado. Revista de Estudios Interdisciplinarios en Educación. Recuperado de: <https://pcient.uner.edu.ar/index.php/EyV/article/view/1602/1779>

- Filo News. (6 de mayo de 2019). *GORDOFOBIA: cuando MOSTRAR EL CUERPO es una REVOLUCIÓN*. Filo.docs. Filo.News. [Archivo de video] Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=U5GSeElhmJE>
- Fondo de Población de las Naciones Unidas (2021). Mi cuerpo me pertenece. Reclamar el derecho a la autonomía y la autodeterminación. Recuperado de: https://mexico.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/mi_cuerpo_me_pertenece-reclamar_el_derecho_a_la_autonomia_y_la_autodeterminacion.pdf
- Foucault, M. (1975). *Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión*. Buenos Aires: Editorial Siglo XXI. Recuperado desde: <https://www.ivanillich.org.mx/Foucault-Castigar.pdf>
- Foucault, M. (2004). *Nacimiento de la biopolítica: curso en el Collège de France: 1978-1979*. Buenos Aires: Fondo Cultura Económica. Recuperado de: https://monoskop.org/images/d/d2/Foucault_Michel_El_nacimiento_de_la_biopolitica.pdf
- Foucault, M. (2008). *Tecnologías del yo. Y otros textos afines*. Pensamiento contemporáneo: 7. Buenos Aires: Editorial Paidós. Recuperado de: https://monoskop.org/images/7/70/Foucault_Michel_Tecnolog%C3%ADas_del_yo_y_otros_textos_afines_1990_2008.pdf
- García Estevez, N. (2018). *Origen, evolución y estado actual del activismo digital y su compromiso social*. Ciberactivismo, Hacktivismo y Slacktivismo. Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/157763846.pdf>
- García Lucero, D.; García Lucero, R.; Koci, D.; y Roldán, A. (2013). *Expresiones ciudadanas a través de redes digitales*. Trabajo presentado en las II Jornadas Internacionales Sociedad, Estado y Universidad. Villa María, Argentina. Disponible en: <http://hdl.handle.net/11086/6077>
- Gesteira, S. (2019). *Activismo, orígenes e identidad: Singularidades y Regularidades en la construcción de demandas a nivel global*. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/journal/127/12761653008/html/>

- Gómez, M.; Simioni, L.; Traktman, N. (2020). “*Hasta transformarlo todo. Ciberactivismo en Instagram. Estudio de casos*”. Trabajo final para optar al grado académico de Licenciatura en Comunicación Social, Universidad Nacional de Córdoba. Disponible en Repositorio Digital Universitario.
- Hernandez, P. (2014). “*Violencia de género una mirada desde la sociología*”, editorial científico-técnica.
- Hernando, M. (2020). Cuerpos: de la disciplina a la disidencia. XII Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. XXVII Jornadas de Investigación. XVI Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. II Encuentro de Investigación de Terapia Ocupacional. II Encuentro de Musicoterapia. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. Recuperado de: <https://www.aacademica.org/000-007/155>
- Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI) (2022). *¿Es gordofobia? : herramientas para el reconocimiento, la prevención y erradicación de la discriminación gordofóbica / 1a ed.* - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo - INADI, https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/14_12_22_guia_gordofobia.pdf
- Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI) (2020) *Recomendaciones para medios: Discursos discriminatorios y gordofobia.* Discriminación a personas gordas. Recuperado desde: <https://www.argentina.gob.ar/inadi/discriminacion-personas-gordas/publicaciones>
- Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI) (4 de agosto 2020) “*¿Qué ves cuando me ves? Reflexiones sobre la hegemonía, la discriminación y la política de los cuerpos*”, [Archivo de video] Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=yxrxXVhTGeA>
- Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI) (15 de enero 2019) *¿Qué es el INADI?* [Archivo de video] Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=bR9o5XWnmm8&list=PLFJbbXDKcqztWfPhrr6Au7TQIGWLWPkw&index=5>

- Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI) (9 de junio 2022) “¿Qué ves cuando me ves? Reflexiones sobre la hegemonía, la discriminación y la política de los cuerpos”, [Archivo de video] Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=7eSS3ocR5JE&t=2s>
- Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI) (2020) *Recomendaciones para medios: Discursos discriminatorios y gordofobia*. Discriminación a personas gordas. Recuperado desde: <https://www.argentina.gob.ar/inadi/discriminacion-personas-gordas/publicaciones>
- Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI) (25 de noviembre 2019) “Discriminación por aspecto físico” [Archivo de video] Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=DPrZSmFpYDY&list=PLFJbbXDKcqztWfPhrr6Au7TQIGWLWPkw&index=4>
- Iglesias, M. (2020). *Los estereotipos de belleza y la frustración de perseguir ideales inalcanzables*. Diario clarín Recuperado desde: https://www.clarin.com/sociedad/estereotipos-belleza-frustracion-perseguir-ideales-inalcanzables_0_3eCICwx7q.html
- Jvoschev, V. E. (2008). *La teoría de la actividad: de los inicios a los principios*. Chelyabinsk, Universidad Estatal de los Montes Urales del Sur.
- Lagarde, M. (1995). *Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia*. Madrid, España. Recuperado de: <https://desarmandolacultura.files.wordpress.com/2018/04/lagarde-marcela-genero-y-feminismo.pdf>
- Lamas, M. (1999). *Usos, dificultades y posibilidades de la categoría género*. Papeles de Población, julio-septiembre, pp. 147-178.
- Lavin, M. de los A. P. (2017). *La noción de cuerpo en Judith Butler: una estructura imaginada, producto del deseo*. Daimon Revista Internacional de Filosofía, 713–718. <https://doi.org/10.6018/daimon/269721>
- Lorente, M. (25 de mayo de 2016). Los ‘fofisanos’. Huffington Post. Recuperado de: https://www.huffingtonpost.es/miguel-lorente/los-fofisanos_b_7341602.html

- Manovich, L. (2006). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. La imagen en la era digital. Recuperado de:
<https://uea.larteycomunicacion.files.wordpress.com/2013/09/manovich-el-lenguaje-de-los-nuevos-medios.pdf>
- Moreiras, D. (2014). Fotografía en investigación educativa. Experiencias y discusiones en torno a una estrategia metodológica. Texto livre: linguagem e tecnologia. Vol.7, núm. 2. Recuperado de:
<https://periodicos.ufmg.br/index.php/textolivre/article/view/16678>
- Oliver, P. (1984). If you don't do it, Noody Else Will: Active and Token Contributors to Local Collective Action. En *American Sociological Review*, 49 (5): 601-10. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/4990/499051556006.pdf>
- Ortiz, María Constanza, (2019) Educación Sexual Integral: una propuesta para revisar mandatos socioculturales. Recuperado de:
https://diariofemenino.com.ar/df/wp-content/uploads/2022/08/fg_co_esi_mandatos_socioculturales_2.pdf
- Pasquinelli L. (s/f) Llegar al verano. *Feminacida*. Recuperado de:
<https://feminacida.com.ar/llegar-al-verano/#:~:text=Llegar%20al%20verano.,mujeres%20entre%20septiembre%20y%20diciembre.>
- Pasca G. (2021) *La percepción del “Body Positive” en las redes sociales y su impacto entre los jóvenes.* Universitat Jaume I. España. Recuperado desde:
https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/195125/TFG_2021_PascaA.pdf?sequence=1#:~:text=El%20body%20positive%20es%20un.concretamente%20en%20la%20plataforma%20Instagram.
- Piñeyro, M. (2016). Stop Gordofobia y las panzas subversas. Recuperado de:
https://www.academia.edu/40409060/Stop_Gordofobia_y_las_panzas_subversas
- Quirós Sánchez, G. (2019). Gordofobia: efectos psicosociales de la violencia simbólica y de género sobre los cuerpos. Una visión crítica en la Universidad Nacional, Heredia, Costa Rica. Facultad de filosofía y letras. Instituto de estudios de la mujer. Recuperado de:
<https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/14894/Gordofobia.%20efectos%2>

[Opsicosociales%20de%20la%20violencia%20simb%C3%B3lica%20y%20de%20g%C3%A9nero%20sobre%20los%20cuerpos.%20Una%20visi%C3%B3n%20cr%C3%ADtica%20en%20la%20Universidad%20Nacional%20C%20Heredia..pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dile.rae.es/verg%C3%BCenza)

- Real Academia Española (sf.): “*Vergüenza*” En Diccionario de la lengua española. Recuperado el 27 de mayo del 2023 desde: <https://dle.rae.es/verg%C3%BCenza>
- Sánchez, C. (12 de abril de 2019). *Citar Instagram* – Referencia Bibliográfica. Normas APA (7ma edición). <https://normas-apa.org/referencias/citar-instagram/>
- Sandá R. (2022) “Presentaron cuadernillos de sensibilización sobre la diversidad corporal gorda”. *Página 12*.
<https://www.pagina12.com.ar/418397-presentaron-cuadernillos-de-sensibilizacion-sobre-la-diversi>
- Scolari (2018). *La interfaz es el lugar de la interacción*. Las leyes de la interfaz. Recuperado de:
https://gedisaeditorial.files.wordpress.com/2021/01/las_leyes_de_la_interfaz_2a_edicion_prensa_extracto.pdf
- Serrano-Puche, J. (2015). *Emociones en el uso de la tecnología: un análisis de las investigaciones sobre teléfonos móviles*. Observatorio (OBS*), vol. 9, n°4 101-112. Recuperado de:
https://scielo.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1646-59542015000500006?script=sci_arttext&pid=S1646-59542015000500006
- Serrano-Puche, J. (2017). *Metaanálisis del consumo digital en el ecosistema mediático contemporáneo: factores distintivos e implicaciones emocionales*. Revista Mediterránea de Comunicación - Mediterranean Journal of Communication, vol. 8, n°1. Recuperado de:
<https://www.mediterranea-comunicacion.org/article/view/2017-v8-n1-metaanalisis-de-l-consumo-digital-en-el-ecosistema-med>
- Sola-Morales, S.; Zurbano-Berenguer, B. (2020). *Activismo digital y feminismo. Un análisis comparado de ciber campañas contra el acoso callejero en España*,

Marruecos y Chile. Revista Comunicación, Vol.1, N°18, año 2020, pp. 1-20.
Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.12795/Comunicacion.2020.i18.01>

- Telenoche (16 de noviembre del 2021) *¡Hermana, soltá la panza! Una campaña que busca que las mujeres sean libres con su cuerpo*. [Archivo de video] Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=gliuxrS0M1Y>
- Tedx Talks (11 de mayo del 2017). *Mujeres que no fueron tapa | Lala Pasquinelli | TEDxRiodelaPlataSalon*. La Plata. [Archivo de video] Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=Ra6Y2EJyck&t=289s>
- Torres, L. (2022). *"Hermana, soltá la panza", una muestra fotográfica que derriba estereotipos y prejuicios*. <https://www.telam.com.ar/notas/202203/587081-hermana-solta-la-panza-una-muestra-fotografica-que-derriba-estereotipos-y-prejuicios.html>
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires, Recuperado de: http://catedradatos.com.ar/media/La-cultura-de-la-conectividad_-Jose-Van-Dijck.pdf
- Varroni J. (2021) *Body positive, el movimiento que inunda las redes sociales*. Diario Puntal. Recuperado desde: <https://www.puntal.com.ar/body-positive/body-positive-el-movimiento-que-inunda-las-redes-sociales-n139008>
- Verón, E. (s/f). *Discurso, poder, poder del discurso*. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/345347767/Eliseo-Veron-Discurso-poder-poder-del-discurso-pdf>
- Verón, E. (2004). *Fragmentos de un tejido*. Barcelona, España. Ed. Gedisa. Recuperado de: <https://pdfcoffee.com/qdownload/veron-fragmentos-de-un-tejido-3-pdf-free.html>
- Verón, E. (1987). *La palabra adversativa*. En *El discurso político. Lenguaje y acontecimientos*. Buenos Aires, Argentina. Ed. Hachette.
- Verón, E. (1993). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona, España. Ed. Gedisa. Recuperado de:

http://www.iunma.edu.ar/doc/MB/lic_com_mat_bibliografico/Semiotica%20de%20los%20Medios/U2%20Veron%20La-semiosis-social%20COMPLETA.pdf

- Wallerstein, E. (1999). *Los dilemas de los movimientos antisistémicos*. En: Giovanni Arrighi, Terence K. Hopkins e Immanuel Wallerstein, *Movimientos antisistémicos*, Madrid.
- Zecchetto, V. (2005). *Seis semiólogos en busca del lector: Saussure, Peirce, Barthes, Greimas, Eco, Verón*. 2da edición. Buenos Aires, Argentina. Ed. La Crujía. Recuperado de:
<https://www.felsemiotica.com/descargas/Zecchetto-Victorino-et-al.-2013-Seis-semi%C3%B3logos-en-busca-del-lector.pdf>
- Zeler, I., Aguilera Morilla, C. & Oliveira, A. (2020). *La comunicación de los activistas en Instagram: el caso de los influencers de habla hispana*, Redmarka. *Revista de Marketing Aplicado*, vol 24, núm. 2, 26-43. Recuperado de:
<https://doi.org/10.17979/redma.2020.24.2.6987>

8. ANEXO

A continuación dejamos a disposición aquel contenido que funcionó como anexo para la realización de este Trabajo Final. Presentamos:

- [Cuadro de análisis del corpus](#): análisis realizado sobre la totalidad de posts (incluyendo fotografías y videos), publicados por la cuenta de Instagram @MujeresQueNoFueronTapa en el período desde el 25 de octubre de 2021 al 14 de marzo del 2022;
- [Corpus](#): carpeta con *screenshots* de la totalidad de posts (incluyendo fotografías y videos), publicados por la cuenta de Instagram @MujeresQueNoFueronTapa en el período desde el 25 de octubre de 2021 al 14 de marzo del 2022.