

Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: Ciberfeminismos en Facebook : #MisMedidasSon la violencia sistemática hacia las mujeres peruanas

Autores (en el caso de tesis y directores):

Marcela Gomez Olarte

Gina Labanca Bizjak

Marina Sánchez de Bustamante, tutora

Eugenia Marisol Silvera Basallo, co-tutora

**Datos de edición (fecha, editorial, lugar,
fecha de defensa para el caso de tesis: 2021**

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR

Universidad de Buenos Aires

Facultad de Ciencias Sociales

Ciencias de la comunicación

**Ciberfeminismos en Facebook: #MisMedidasSon la violencia sistemática
hacia las mujeres peruanas**



Autoras:

Gomez Olarte Marcela / claudiamarcela.gomez.o@gmail.com

Labanca Bizjak Gina / ginalabanca@gmail.com

Tutoras:

Marina Sánchez de Bustamente y Eugenia Marisol Silvera Basallo.

Índice

Agradecimientos	3
Introducción.....	4
Presentación	4
Problema y metodología	7
Acerca de la comunicación digital, el poder y los discursos feministas.....	8
Acerca de los medios masivos y los contexto socioculturales.....	11
Acerca de los feminismos: cuerpo, capitalismo y representaciones sociales	12
Estado del arte	13
Organización de la tesina.....	15
Aclaraciones	16
Capítulo 1: Concursos de belleza y militancias feministas.....	18
<i>Miss</i> Perú y la noche en la que #MisMedidasSon se volvió trending topic	18
Acerca de los reinados de belleza: Internacionalización del <i>Miss</i> América	21
Lucha por los derechos de las mujeres	24
Sobre las luchas feministas peruanas.....	26
Los susurros se hicieron gritos: Primer “Ni Una Menos”	28
Ni Una Menos en Perú: Si tocan a una, tocan a todas.....	29
Facebook como dispositivo	30
Capítulo 2: Militancias en las redes sociales, feminismos y seguidoras.....	32
Ciberfeminismos: “Somos el virus del nuevo desorden mundial”	32
Presentación de las páginas.....	34
Contrato de lectura	39
Discurso verdadero: Feminismo en singular.....	40
Pedagógico: Feminismos y el saber	44
Complicidad: Feminismos cooperativos.....	46
Capítulo 3: Violencia contra la mujer perspectivas feministas en Facebook.....	49
¿Un concurso de belleza feminista?.....	49
Los sospechosos de siempre: capitalismo, patriarcado y medios masivos	69
¿Dónde están las <i>misses</i> ?.....	71
Entre la dominación y capacidad de elección.....	77
Conclusiones	81
Bibliografía	84

Agradecimientos

Agradecemos a nuestras familias, a nuestros amigos por el apoyo en largo proceso que ha implicado la licenciatura.

A Marina y Eugenia por su paciencia, enseñanza y acompañamiento.

Al movimiento feminista argentino por tanto aprendizaje y lucha.

A la Educación Pública por abrimos las puertas como migrantes latinoamericanas.

Introducción

Presentación

Durante octubre de 2017 se llevó a cabo el Concurso Nacional de Belleza del Perú, el cual tuvo como eje central la visibilización de la violencia contra la mujer. En los días posteriores circularon en las redes sociales fragmentos del programa en los que aparecían las participantes reemplazando sus medidas corporales, por diversas cifras de violencia hacia las mujeres y niñas peruanas. Este certamen de belleza televisado transmitido por el canal Latina¹ en horario *prime time*², se viralizó en las redes sociales y difundió consignas propias de los movimientos feministas, lo que generó diversas reacciones. En este trabajo nos interesa indagar las publicaciones de un conjunto de cuentas de la red social Facebook en las que colectivos que se identifican feministas presentaron sus reflexiones sobre el concurso *Miss Perú* 2018³.

Nuestro interés en tratar esta temática surge a partir de ser lectoras frecuentes de páginas y perfiles feministas en redes sociales, ya que pensamos estos espacios como sitios de intercambio, que permiten reflexionar sobre diversos fenómenos que nos atraviesan como mujeres: las violencias, las desigualdades y los estereotipos de género.

La irrupción de múltiples movilizaciones en Argentina como el “Ni Una Menos” (NUM)⁴, El Paro Internacional de Mujeres⁵, y las convocatorias de la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal Seguro y Gratuito⁶, nos llevaron continuamente a repensar nuestros posicionamientos y nuestra identidad feminista (aún en formación) que se encuentra atravesada por nuestra mirada como migrantes latinoamericanas -Colombia, Marcela y Venezuela, Gina- lo cual nos ha permitido tener lecturas alternativas, incluso contradictorias, frente al concurso mencionado.

¹ Latina Televisión <https://www.latina.pe/> (consulta 23/06/2020)

² Prime time: En Perú el horario central comienza a las 6:00 p.m. y finaliza a las 10:00 p.m., generalmente los programas que ocupan este horario son programas de entretenimiento. Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Horario_central (consulta: 23/02/2021)

³ Si bien el programa se emitió en 2017, la reina elegida es la representante en el año 2018.

⁴ Movimiento que surgió en Argentina en el año 2015, como respuesta al incremento de los femicidios y se expandió a otros países de la región. Se ampliará más sobre este tema en el capítulo 1 de este trabajo.

⁵ Economía Feminista. (s/f) Especial 8M #Paro Internacional Feminista [online] Recuperado de: <https://economiafeminista.com/especial-8m-paro-de-mujeres/> (consultado:24/01/2021)

⁶ Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito (s/f) [online] Recuperado de: <http://www.abortolegal.com.ar/about/> (consulta: 24/01/2021)

Por otro lado, la cursada del Seminario de Cultura Popular y Cultura Masiva en nuestro paso por la Facultad, fue un puntapié para problematizar las configuraciones de lo popular y sus disputas de la hegemonía, que justamente recaen sobre este tipo de certámenes, arraigados en prácticas que exceden el fenómeno masivo y que se asientan en intercambios cotidianos donde ser una reina no siempre significa lo que es presentado en el concurso televisado. Como ocurre, por ejemplo, con uno de los primeros materiales que consultamos: el caso de unas mujeres cocaleras en el sur de Colombia, quienes se organizaron contra la violencia machista y construyeron un barrio para ellas y sus hijos/as. La modalidad de recaudación de fondos fue a través de la participación de tres mujeres de la comunidad en un reinado local⁷. Esta reapropiación del producto masivo, nos permitió en principio repensar el fenómeno.

Otra de las reflexiones que más aparecía en nuestros intercambios, era que estos espacios son en alguna medida una oportunidad de ascenso social o de insertarse en el mercado laboral, puntualmente en el mundo del espectáculo, del modelaje y de la televisión para las participantes. Tal como lo muestra el documental “Ser una Miss”⁸, en el que se narra de forma íntima, el camino de exigencias físicas y económicas que viven tres aspirantes al reinado nacional de belleza en Venezuela, reafirma las críticas que recaen en estos espacios desde las militancias feministas.

A todo esto se suma la actual coyuntura: un movimiento feminista organizado, que ha encontrado estrategias discursivas que permitieron poner en agenda reclamos que exigen el fin de las violencias basadas en género, y que ha impulsado enormes movilizaciones como el NUM (antes mencionado) que se extendió a toda América Latina; también, posteriormente, el movimiento “Time’s Up”⁹ en Estados Unidos que reafirmó lo que se venía denunciando: no importa el sector social, el entorno laboral, el nivel educativo o el lugar geográfico de residencia, la violencia de género es parte estructural del sistema patriarcal y capitalista.

⁷ Fundación de ideas para la paz. Mujeres y la economía cocalera en el Putumallo: roles prácticos y riesgos (2017) [online] Recuperado de: <http://cdn.ideaspaz.org/media/website/document/5a21a1163faf3.pdf> (consulta 22/11/2018)

⁸ Ser una Miss. (2016) *Trailer*. [video] Recuperado de <http://www.serunamiss.com/trailer.html> (consulta 18/11/2018)

⁹ Time's Up (“Se acabó el tiempo”) es un movimiento contra el acoso sexual fundado el 1 de enero de 2018 por celebridades de Hollywood en respuesta a los numerosos casos en esta temática y en consonancia al movimiento feminista y #MeToo. [https://es.wikipedia.org/wiki/Time%27s_Up_\(movimiento\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Time%27s_Up_(movimiento))

En consecuencia, encontramos un tradicional certamen de belleza televisado que se interesó en denunciar públicamente la situación de violencia que viven las mujeres peruanas y que, contrario a lo que muestra el video mayormente viralizado, realizó denuncias no sólo en el momento en el que las participantes se presentaban y detallaban “sus medidas” (que eran las cifras de violencia de género) sino que fue un tema que atravesó toda la emisión del certamen, que incluyó música de una mujer sobreviviente de violencia de género y que abordó preguntas del jurado a las participantes en esta misma línea.

Por esto, observamos que la coyuntura ha habilitado que el discurso feminista circule en superficies *massmediáticas*, donde antes no circulaba. Un ejemplo lo encontramos en el *Femvertising*¹⁰ donde grandes empresas han decidido incluir el empoderamiento de la mujer como parte de sus publicidades en la venta de productos.

Por lo tanto, en los últimos años se pueden identificar nuevas voces que denuncian la violencia contra las mujeres (en un sentido amplio), que no son parte de espacios académicos o feministas. Y esto implica, que en los medios de comunicación y en las industrias culturales; exista un uso del discurso feminista que es expuesto como si fuera propio. A esto se le suman las ya instaladas redes sociales, con sus lógicas de inmediatez, capacidad de viralizar contenidos y temáticas, que se conforman como un verdadero campo de batalla por las significaciones. Nos proponemos en esta investigación observar las reacciones de los distintos sectores del feminismo a la masificación de un discurso que sienten como propio, pero que se expresa en espacios no convencionales.

En esta línea, las publicaciones realizadas desde páginas feministas en reacción al certamen de belleza *Miss Perú* a las que accedimos en Facebook nos llevan a realizarnos los siguientes interrogantes: ¿Cuáles fueron los temas que emergieron a partir de las publicaciones realizadas? ¿Cuáles son los posicionamientos que pueden identificarse en las publicaciones?

¹⁰ *Femvertising*: se refiere a una publicidad que, además de evitar mensajes lesivos sobre las mujeres, se esfuerza por ofrecer un discurso potencialmente emancipador. Es decir, se trata de una publicidad con responsabilidad social que cuestiona los estereotipos de género y promueve el empoderamiento femenino. De este término también se desprende *Pinkwashing*, poniendo en cuestión el compromiso real con el cambio social en maniobras publicitarias que buscan encubrir el objetivo comercial. (Menendez, 2019)

Además, indagamos cómo se configuran los argumentos de esas posiciones que se exponen, y a partir de qué ideas o conceptos se enuncia los significantes “mujer” y “feminismos” expresados en estas reacciones e interpretaciones. En este sentido, el objetivo general de esta tesina es analizar las interpretaciones en torno al concurso de belleza *Miss Perú* en *posteos*¹¹ realizados en páginas de Facebook autodenominadas feministas.

Problema y metodología

¿Cuál ha sido el rol de las redes sociales en la difusión, participación y convocatoria de colectivos feministas y su repercusión en el espacio público? ¿Han influido las redes sociales en la masificación del discurso feminista? Los ciberfeminismos existen hace varias décadas, pero se han hecho más notorios en los últimos años con la irrupción y masificación de las redes sociales. Colectivos feministas o perfiles personales de figuras públicas y/o profesionales que militan desde distintas líneas del feminismo utilizan estos espacios de participación para difundir información que contribuye a cuestionar el entramado patriarcal. Por tal motivo, este trabajo busca reconstruir las valoraciones e interpretaciones publicadas en la red social Facebook a partir de la emisión del concurso de belleza de Perú (*Miss Perú*) en octubre del 2017, como suceso disparador de la polémica.

Diversos colectivos feministas, a través de páginas y perfiles en Facebook, expusieron argumentos a favor y en contra de la decisión de esta acción. En las páginas analizadas se exploran y problematizan los distintos discursos identificados y la utilización de las redes sociales como herramientas de activismo y militancia.

Para desarrollar este objetivo se construyó un corpus compuesto por quince páginas de las que finalmente quedaron trece porque dos de ellas solo compartieron un video del medio AJ+Español¹², que hace un recorte del certamen en el que la primera concursante (Camila Canicoba) dice “sus medidas” y da a conocer las cifras de violencia específicas del lugar que representa. En estos casos, el video de AJ+Español se publicó sin comentarios, ni título o algún indicador del posicionamiento que tenían frente al evento.

¹¹ Posteo: Se refiere a una publicación en redes sociales o en sitio web.

¹² Facebook, AJ+Español (30/10/2017) *Miss Perú* contra el feminicidio [video] Recuperado de: <https://www.facebook.com/watch/?v=1683712825014393> (consulta 27/11/2018)

La búsqueda de páginas que publicaron algo respecto al tema se hizo a través del buscador de Facebook con el hashtag #mismedidasson (propuesto por los/as organizadores/as del concurso) y “Miss Perú 2017” durante los meses de abril y mayo del 2018. Los resultados de la búsqueda arrojaron múltiples expresiones sobre el fenómeno que provenían de diversos perfiles como personalidades de la cultura, entretenimiento, políticos/as, militantes feministas, concursantes o ex concursantes de “Miss Perú” y de otros reinados a nivel internacional, así como noticias publicadas en los medios de comunicación. Los resultados de las publicaciones habían sido realizados casi todos entre el 30 de octubre y el 1º de noviembre de 2017, con excepción de la nota de Patrulla Feminista que fue publicada en febrero de 2018. Dentro de este recorte se decidió mantener las páginas de Facebook de habla hispana autodenominadas feministas y al material seleccionado se le realizaron capturas de pantalla y copia del enlace¹³.

Las dos redes sociales donde circuló mayor cantidad de material fueron Facebook y Twitter. No obstante, decidimos mantener solo Facebook dado que posee una interfaz que habilita un conjunto de acciones que otras redes sociales no permiten. Por ejemplo, la organización de un evento, compartir información en varios soportes como imágenes, videos, fotos, artículos, y además porque esta red social continúa siendo la que cuenta con más suscriptores.¹⁴

En este trabajo se utilizan herramientas del análisis discursivo, y de la crítica cultural feminista. Se realizan descripciones densas de los perfiles de Facebook como son la nacionalidad de origen de esas cuentas, la cantidad de personas que las siguen, los posicionamientos reconocibles en temas centrales del feminismo y la construcción enunciativa de sus publicaciones.

Acerca de la comunicación digital, el poder y los discursos feministas

Esta tesina se encuentra atravesada por tres campos teóricos: la comunicación digital, la teoría feminista y el ciberactivismo. El objeto de este estudio es la trama de sentidos que se

¹³ Desde el comienzo de la investigación hasta su finalización, la página Barbi Japuta fue bloqueada por la misma red social, por lo que los enlaces pueden figurar como "no disponibles".

¹⁴ We are social. (30/01/2020) Digital 2020: 3.800 millones de personas usan redes sociales. [online] Recuperado de <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media> (consulta 03/02/2020)

configura a partir de las valoraciones que se expresan en las páginas de Facebook autodenominadas como feministas. El paso del soporte televisivo a las redes sociales lo abordamos desde el concepto hipermediaciones de Carlos Scolari (2008) que refiere a la era digital y alude a procesos de intercambio, producción y consumo simbólico, desarrollados por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente. Siguiendo a Scolari:

Es la trama de reenvíos, hibridaciones y contaminaciones que la tecnología digital, al reducir todas las textualidades a una masa de bits, permite articular dentro del ecosistema mediático. Las hipermediaciones, en otras palabras, nos llevan a indagar en la emergencia de nuevas configuraciones que van más allá -por encima- de los medios tradicionales. (Scolari, 2008, p.114)

De este autor, valoramos la idea de reivindicación del rol activo del receptor para evidenciar la complejidad de los procesos de interpretación y para tomar distancia de aquellas teorías que sólo ven manipulación en los procesos de comunicación y pasividad por parte de los receptores. Como señala Scolari (2008), el consumo de los medios masivos implica el entrecruzamiento de varios factores, tales como las competencias textuales, influencias socioculturales y experiencias previas de recepción. La relación no tan lineal entre emisor-mensaje-receptor se puede evidenciar con la comunicación digital, donde las líneas divisorias suelen no ser del todo claras. Los/as usuarios/as de redes sociales son productores/as de contenido, pueden opinar en tiempo real y manifestar su agrado o desagrado acerca de lo que se muestra.

Internet ha transformado las relaciones sociales, los modos de trabajo, los tiempos de espera y las formas de comunicación en general. En la actualidad los cambios son instantáneos, vertiginosos, las interfaces se transforman, aparecen nuevas aplicaciones y funciones, y lo que hoy nos parece nuevo rápidamente pierde vigencia. Estos cambios sobre todo se manifiestan a través de las redes sociales que han calado profundo en nuestra sociedad. Las redes sociales son definidas por José Van Dijck (2016) como plataformas de medios sociales que organizan la cotidianidad en Internet e influyen en la interacción humana tanto a nivel individual como

comunitario. Además, en términos de la autora los mundos *offline*¹⁵ y *online*¹⁶ a través de estas plataformas, se encuentran cada vez más interpenetrados.

Otro aspecto que nos interesa destacar de Van Dijck es que concibe a las plataformas como espacios políticos, que tienen un carácter performativo y no solo facilitan “los actos sociales” sino que también los moldean, dada su influencia por empresas de comunicación que ven en la conectividad un “recurso valioso” (2016). De esta manera podemos percibir lo que ocurre en la interfaz de Facebook como algo relevante que influye más allá de la propia red, además de tener en consideración su carácter comercial. Si bien la autora afirma que hay desigualdad de poder entre las empresas propietarias y los/as usuarias/as de estas plataformas, reconoce que hay tensiones: por un lado, efectivamente los datos de quienes utilizan estos medios son usados y comercializados; pero por el otro, los/as usuarios/as pueden influir en la viralización de ciertos temas y les permite organizarse para sumar adhesiones y apoyo.

En esta línea aparece la militancia política, una esfera de la vida que no ha escapado a Internet y mucho menos al uso de plataformas y redes sociales, tal como dice Manuel Castells: “actores sociales y ciudadanos de todo el mundo están usando esta nueva capacidad de las redes de comunicación para hacer avanzar sus proyectos, defender sus intereses y reafirmar sus valores” (2012, p.91). Los distintos actores de la sociedad civil, han comprendido el rol crucial del nuevo sistema multimedia y de sus instituciones reguladoras en la política y la cultura de la sociedad. Los feminismos no han quedado por fuera de esta lógica. Por el contrario ha transcurrido una fuerte tensión dentro del movimiento, a partir de la incorporación de las tecnologías como herramientas de militancias, lo que se observa en el surgimiento del ciberfeminismo.

En consecuencia, las formas en las que escriben sus mensajes resultan claves para comprender sus militancias en las redes sociales. En este sentido, resulta central analizar cómo se conforman sus enunciados, para comprender el vínculo que mantienen con sus seguidoras. Para esto, se abordan las modalidades bajo las cuales se configura la enunciación desde estas páginas feministas, desde los análisis de Eliseo Verón (1985) respecto al contrato de lectura, en los que señala que para analizarlo satisfactoriamente hay que comprender la relación

¹⁵ Su traducción es “fuera de línea”, se refiere al universo concreto por fuera de Internet.

¹⁶ Su traducción es “en línea”, se refiere al universo dentro de Internet.

existente entre “el soporte y los lectores”. De este autor utilizaremos las tres categorías que expone para este análisis: discurso verdadero, pedagógico y de complicidad, que permite dar cuenta cómo la enunciación es una dimensión que afecta todos los aspectos del discurso.

Acerca de los medios masivos y los contexto socioculturales

Dado que el análisis de este trabajo surge a partir de las opiniones a un programa emitido en televisión, abordaremos las tres posiciones hipotéticas que plantea Stuart Hall (1983) respecto a qué: dominante, negociado y de oposición, entre un mensaje y su audiencia. Estos conceptos nos ayudan a sistematizar el análisis del corpus seleccionado y a analizar las publicaciones realizadas desde las páginas en reacción al *Miss Perú*.

Las reacciones de las administradoras de las páginas que fueron seleccionadas para este trabajo, son abordadas atendiendo al contexto, lugar y antecedentes históricos feministas que construyen una perspectiva que, como dice Foucault: “[...] son a su vez hechos de discursos que merecen ser analizados al lado de otros, con los cuales tienen indudablemente, relaciones complejas, pero que no son caracteres intrínsecos, autóctonos y universalmente reconocibles” (1969, p.35) En este orden de ideas, el concurso *Miss Perú* que narra violencias machistas y se encuentra atravesado por un clima de época, en el que la irrupción de los feminismos en la esfera pública y la masificación de sus reclamos ha habilitado repensar configuraciones culturales profundamente naturalizadas, tanto en los medios masivos de comunicación como en las prácticas cotidianas.

Por otro lado, de este mismo autor tomamos el concepto de “superficie de emergencia” de Foucault (1969) quien aborda en la “formación de los objetos” un inventario de direcciones abiertas que se pueden dar como contenido de la noción “reglas de formación” y expone que ante todo se deben localizar esas superficies, que varían y se reconfiguran de acuerdo a condiciones sociales y de época, lo cual les permite: “delimitar su dominio, definir aquello de que se habla, de darle el estatuto de objeto y por lo tanto de hacerlo aparecer, de volverlo nominable y descriptible”

Pero, como se expone en principio, existen un conjunto de relaciones (sociales, políticas, y de época) que han habilitado la perspectiva crítica de los discursos sobre violencia contra la mujer en los medios masivos de comunicación. Como señala el autor, no se puede

hablar de cualquier cosa en cualquier época, no basta con prestar atención, tienen que surgir el conjunto de relaciones y de condiciones que posibiliten la formación de ese objeto, que son además relaciones establecidas entre instituciones (Foucault, 1969).

Acerca de los feminismos: cuerpo, capitalismo y representaciones sociales

En cuanto a los abordajes teóricos del feminismo, nos preguntamos sobre el cuerpo femenino, el sistema capitalista y las violencias por razones de género que se presentan como dimensiones explícitas en el concurso *Miss Perú*. Se indaga la representación de las mujeres en el feminismo como movimiento y como perspectiva teórica, las relaciones entre mujeres e industrias culturales y la capacidad de elección dentro de los sistemas de opresión.

Con respecto al cuerpo femenino, lo abordaremos a partir de las concepciones de Silvia Federici (2004), quien lo subraya como un aspecto clave para comprender las raíces del dominio masculino y la construcción degradada de la identidad femenina, lo que nos permite comprender cómo se configura e invisibiliza la explotación del trabajo femenino.

En la propuesta de Federici se indaga cómo en la etapa de transición del feudalismo al capitalismo se configura la división sexual del trabajo. Esta idea es central en el desarrollo de su análisis por qué a partir de ella observa que esta división establece las relaciones sociales que se ajustan al nuevo sistema económico en el que la producción-para-el-mercado es la única actividad creadora de valor, mientras que el trabajo reproductivo, la producción-para-el-uso es considerada como algo sin valor desde el punto de vista económico, y deja de ser pensado como un trabajo. Esta cuestión es fundante para la teoría feminista, ya que entender la explotación sobre los cuerpos femeninos es uno de los ejes sobre los que se apoya el sistema capitalista para mantener su existencia y reproducción.

Si bien la autora a lo largo de su análisis aborda la explotación del cuerpo femenino como maximizador de ganancias dentro del sistema económico vigente y explica cómo a través de la dominación y el sometimiento se amoldan esos cuerpos para que sean funcionales, en este trabajo nos concentramos en conceptualizaciones que nos permiten indagar estas dos áreas: cuerpo y capitalismo, moldean estereotipos requeridos desde las industrias culturales y los medios masivos.

Se recupera el concepto de “agencia” de la antropóloga Sherry Ortner surgido de la teoría de la práctica, que tiene como supuesto que la cultura, en un sentido amplio, construye a las personas como clases particulares de actores sociales que mediante sus prácticas en la vida concreta, reproducen y transforman esa cultura que los ha producido (2006). Para Ortner “la agencia” es la capacidad que tienen las personas de interactuar con sus contextos históricos y situaciones concretas, a partir de actuaciones dirigidas hacia una meta de transformación sociocultural. Esta capacidad de actuación permite a las personas conseguir proyectos individuales/intencionados como proyectos colectivos; por otro lado, la agencia configura la relación con respecto al poder ya sea dominando o resistiendo. Estos dos campos de significado son los que nos interesa indagar para este trabajo y observarlos a partir de las militancias feministas en Facebook.

Finalmente tomaremos a Judith Butler (2007) autora que cuestiona la creencia política de una base universal para el feminismo. Lo que observa Butler es una urgencia del feminismo por determinar el carácter universal del patriarcado lo cual provoca en algunas ocasiones que se busque un atajo hacia una universalidad categórica o ficticia de la estructura de dominación; además remarca que esta postura no tiene en cuenta contextos culturales concretos. Lo que Butler propone es que el feminismo no debe ser considerado un sistema de representación y por lo tanto “la identidad del sujeto feminista no debería ser la base de la política feminista” (p. 53). Estos aportes permiten abordar el corpus despojado de construcciones totalizadoras que encierran una idea de ser “feminista”, para comprender la diversidad al interior del movimiento necesariamente ligados a un contexto, lugar y tiempo.

Estado del arte

En relación a los trabajos realizados sobre ciberfeminismos, sus militancias y la creación de significado, identificamos que son entendidos como una instancia de participación político-militante en las redes sociales que se articulan con la movilización social. Las plataformas digitales son entendidas como espacios de reflexión, participación y convocatoria que no reemplazan de ninguna manera el encuentro presencial en las luchas feministas.

Claudia Laudano (2018), quien analiza la capacidad de movilización y convocatoria por parte de colectivos feministas, examina el vínculo que se establece entre las TICS, el activismo y su repercusión en el espacio público. La autora realiza un recorrido en el que

reconstruye el proceso de formación de los ciberfeminismos. Y señala cómo estos grupos, al experimentar la difusión e intercambios de información a través de medios digitales, se apropian material y simbólicamente de estos espacios para difundir la agenda feminista.

Laudano además, expone la necesidad de problematizar las brechas digitales y la autonomía tecnológica. La autora identifica una participación aparentemente autónoma y libre; y reflexiona acerca de los propietarios de estas plataformas y su carácter corporativo (2018). En este sentido, su análisis nos interesa para recuperar los ejes vertebradores del ciberactivismo feminista y las contradicciones que emergen dentro de los espacios digitales, producto del entrecruzamiento entre distintas posiciones ideológicas.

En otro trabajo, Goldsman (2018) aborda las modalidades bajo las cuales, las ciber militancias feministas, logran visibilizar el caso de Belén, una joven condenada a ocho años de cárcel por homicidio agravado por el vínculo, quien había llegado a un hospital público cursando un aborto espontáneo. A partir de este caso se lanza en twitter la consigna #LibertadParaBelen, que se convirtió en *trending topic*. La autora lo analiza a partir de rastrear 12.060 *tuits*¹⁷ vinculados con el caso a través del *hashtag* expuesto. Este acontecimiento sitúa por primera vez en las redes sociales, una discusión a gran escala que reclama el derecho al aborto legal en Argentina y exige que se descriminalice a las mujeres por delitos vinculados con eventos obstetricos.

La discusión digital que reclama la libertad de Belén, nos permite en este trabajo abordar la dimensión del activismo digital en clave de género, además de poder identificar configuraciones enunciativas identificadas en usuarios de Twitter, señalar qué temáticas se desprendieron de éstas, poder interiorizarnos en las prácticas ciberfeministas y observar su capacidad de movilizar reclamos en espacios digitales.

Siguiendo esta misma línea, sobre discursos rastreados en redes sociales entorno a temáticas ciberfeministas, otro trabajo de investigación encontrado fue el de Conci, Paliza y Vanini (2018) en el que, a partir de la movilización ocurrida durante el 2017 llamada “el tetazo”, recogen apreciaciones de diferentes usuarios de Twitter sobre este hecho y analizan las formas en las que son juzgados los cuerpos femeninos bajo modalidades violentas. Para ello

¹⁷ mensaje que se escribe en la red social Twitter.

formulan tres categorías: feminazis, incogibles y profanas. Esta investigación nos sirvió como base para acceder a las disputas por las significaciones y el modo en que se replica la violencia machista en las plataformas de medios.

Finalmente, la investigación de Andrea Torres Parada (2018) analiza lo que define como el feminismo posmoderno en redes sociales y su relación con el neoliberalismo a través del caso puntual de la actriz porno Amarna Miller, quien se autodenomina como feminista y pública videos a través de sus redes sociales reflexionando sobre temáticas centrales del movimiento.

El análisis hace hincapié en los conceptos que atraviesan el discurso de la actriz, tales como: la libertad sexual, el consentimiento, el placer individual y la tolerancia, nociones que según la autora de esta investigación, se contraponen con las luchas feministas. Esta investigación nos permitió reconocer las tensiones dentro de los feminismos y de qué manera algunos discursos son señalados como impostores.

Organización de la tesina

En el primer capítulo (**Miss Perú y la noche en la que #MisMedidasSon se volvió trending topic**) describimos la emisión del *Miss Perú*, sus diferentes segmentos para dar un detalle de lo acontecido durante esa noche. Posteriormente, abordamos una breve historización de los concursos de belleza y su incursión en América Latina, como parte de un recorrido que implica comprender los contextos de emergencia y la popularidad que tuvieron. En esta contextualización se mencionan algunos concursos paralelos que no responden a las lógicas televisivas y las repercusiones en la cultura popular de los países donde tuvieron éxito.

Por otro lado, se hace un recorrido por los avances en los derechos de las mujeres y la forma en que se visibilizaron las desigualdades a lo largo del tiempo, luego se exponen las características específicas del territorio peruano. En esta línea se menciona la importancia de las redes sociales en las convocatorias feministas de los últimos años, como el NUM.

Finalmente, se desarrollan consideraciones respecto a Facebook como plataforma y red social, especificando su funcionalidad como soporte para este trabajo y las posibilidades que

habilita para los colectivos de militancias feministas en un medio digital. A partir de este desarrollo, se da inicio al segundo capítulo (**Militancias en las redes sociales, feminismos y seguidoras**), en el que se abordan aspectos específicos de los ciberfeminismos y los rasgos que nos permiten clasificar nuestro corpus dentro del ciberfeminismo social. En este capítulo describimos las páginas seleccionadas, con especial énfasis en la forma en la que se presentan dentro de la red social Facebook. Así como también, la manera en la que se dirigen a sus comunidades y los temas que eligen para debatir dentro de sus perfiles, lo que nos permite, clasificar y analizar el contrato de lectura que mantienen con sus seguidoras.

En el tercer capítulo (**Violencia contra la mujer: perspectivas feministas en Facebook**), damos cuenta de la forma en la que las páginas feministas, efectivamente interpretan el *Miss Perú*. Se describen las modalidades enunciativas bajo las cuales se realizan las publicaciones desde sus páginas. A partir de la manera en la que se posicionan frente al evento, se rastrean los conceptos teóricos, políticos, e ideológicos empleados para sus argumentaciones, en los que indagamos y problematizamos consideraciones sobre el cuerpo femenino, los medios masivos de comunicación y los sistemas que rigen las posibilidades de movilidad dentro de los márgenes establecidos.

Por último, en las conclusiones, se reflexiona sobre las tensiones permanentes que atraviesan todo el análisis, donde se ponen en manifiesto contradicciones dentro del feminismo como también en las tramas subjetivas femeninas.

Aclaraciones

Algunas aclaraciones respecto a las modalidades de escritura elegidas. Respecto al concurso nacional de belleza *Miss Perú* vale aclarar que aunque la emisión del programa fue realizada en octubre del 2017, la reina elegida ese año representa al país del año siguiente, por esto el programa es nombrado como *Miss Perú 2018* en la presentación y más tarde solo *Miss Perú*.

Utilizamos la expresión ellos/as para incluir a los dos géneros dentro del discurso. Se emplea el entrecomillado para citas directas; cuando superen las cuarenta palabras son citadas

en otro párrafo aparte sin comillas, de igual manera que las intervenciones de las participantes del concurso de belleza.

Por último, se usa la bastardilla para todos los anglicismos y son explicados con nota al pie de página.

Capítulo 1: Concursos de belleza y militancias feministas

Miss Perú y la noche en la que #MisMedidasSon se volvió trending topic

El concurso de belleza *Miss Perú* realizado en el 2017 captó especial atención porque presentó una novedad, “el empoderamiento de la mujer y la lucha contra la violencia” como eje central de toda la ceremonia¹⁸.

El programa comenzó de la forma habitual, con una coreografía realizada por un grupo de bailarinas/es. Posteriormente las concursantes realizaron el recorrido frecuente del escenario y al llegar al micrófono, indicaban sus nombres, el departamento al que representaban y en la tradicional presentación en las que indicaban sus medidas corporales, exponían cifras de violencia de género en el país. De esta manera, la tradicional presentación de medidas de busto, cintura y cadera se suprimió para denunciar públicamente en un programa emitido en horario central¹⁹, la desigualdad de género en la que se encuentran las mujeres peruanas. El mensaje resultaba muy claro y contundente: las mujeres, niñas y adolescentes sufren un tipo de violencia que no sufren los varones.

Las fotografías que se muestran a continuación, corresponden a capturas de pantalla de la televisación del desfile. El objetivo con la inclusión de las mismas, refiere a poder hacer una apoyatura visual de los contenidos de análisis y lograr transmitir, el impacto que éstas tuvieron.

¹⁸ Nodal, (6/11/2017) *Participantes de Miss Perú denuncian los femicidios y la violencia machista*. [online] Recuperado de: <https://www.nodal.am/2017/11/participantes-miss-peru-2018-revelan-cifras-femicidio-violencia-machista-certamen/> (consulta: 22/11/2019)

¹⁹ El horario de máxima audiencia, horario estelar u horario central, es una franja de tiempo o espacio televisivo dedicada a programación con estas características de audiencia. Varía según el país.



Miss Perú 2018. Latina.pe 02/11/2017. [Captura de pantalla]²⁰.

Durante su presentación, las participantes exponían datos del amplio entramado de deficiencias del sistema judicial, la vulnerabilidad de las mujeres afroperuanas, el acoso callejero y la violencia sexual hacia niñas y adolescentes. Hacia el cierre el conductor saludaba:

No queremos un país con más violencia y esta noche no solo se trata de estas veintitrés mujeres, se trata de todas las mujeres de nuestro país que tienen derecho y merecen respeto, no más violencia, ese es el mensaje que queremos dar en este *Miss Perú* y queremos llegar al todo el Perú²¹.

Posteriormente Jessica Newton (directora del certamen) en su saludo y presentación al desfile en traje de baño, reflexionó:

Para la organización de *Miss Perú* cada mujer es única y valiosa, es un ser espiritual que merece vivir en libertad, es dueña de sus pensamientos, de sus acciones, de sus sueños pero sobre todo de su cuerpo, es libre de ponerse, hacer y decir todo lo que desee porque es dueña de su vida, nadie tiene derecho a etiquetarla, a insultarla, a maltratarla, a doblegarla, y mucho menos jamás a tocarla²².

²⁰ Latina.pe (02/11/2017) *Miss Perú 2018 - 29 de octubre del 2017 programa completo* [video] recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=6U9RA713Wic&t=5356s> (consulta 27/11/2018)

²¹ ídem

²² ídem

El desfile en traje de baño fue musicalizado en vivo por la artista Leslie Shaw, quien interpretó la canción “Siempre más fuerte”²³, compuesta por ella a raíz de la violencia machista que sufrió. Mientras las candidatas desfilaban, se presentaban en las pantallas ubicadas en el fondo del escenario, titulares de diarios junto a imágenes de mujeres golpeadas por sus parejas.



*Miss Perú 2018. Latina.pe 02/11/2017. [Captura de pantalla]*²⁴

Durante la clásica ronda de preguntas a las concursantes, se las consultaba por la violencia sexual, la violencia a través de las redes sociales, el acoso callejero, el aborto y la libertad de la mujer a usar cualquier tipo de vestimenta. La última pregunta la realizó Jessica Newton a la participante Romina Lozano quien resultó ser la ganadora del certamen :

Jesica Newton: Se dice que los certámenes de belleza colocan a las mujeres en una posición de objeto para que las vean en una posición netamente sexual. ¿Qué opinas?

Romina Lozano: Refuto, porque en nuestro certamen *Miss Perú 2018* estamos empoderando a la mujer peruana, estamos siendo voceras de las mujeres que han sufrido abuso.²⁵

²³ Leslie Shaw (08/03/2015) *SHAW - Siempre Mas Fuerte (Video Oficial)* Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=4UyppTpJGys> (consulta: 09/02/2021)

²⁴ Ídem

²⁵ Ídem

Esta edición del certamen resultó, en efecto, sumamente disruptiva; los medios de comunicación compartieron la noticia y las redes sociales se plagaron de fragmentos de las *misses* mencionando las cifras de violencia por razones de género en el Perú, el *hashtag* #MisMedidasSon se convirtió en *trending topic* en Perú y la temática recorrió el mundo.

A continuación, se realiza un recorrido histórico que permite comprender el contexto de emergencia y antecedentes en el que está inscripto, tanto el concurso de belleza, como los feminismos situados en Perú. Se aborda la irrupción de los certámenes como espacios de entretenimiento y más tarde de negocios por parte de una minoría. Esto a su vez, repercute en la construcción de modelos estándares, instituyendo formas únicas y válidas de belleza, fuertemente cuestionadas por los feminismos al entenderlos como espacios de opresión hacia las mujeres.

Acerca de los reinados de belleza: Internacionalización del Miss América

Miss Perú, mostró una imagen diferente respecto de los concursos de belleza, normalmente tildados de frívolos y superficiales. Sin embargo, remontándonos a su historia y particularmente focalizando en Latinoamérica, podemos ver que son muchos los factores que atraviesan a esta competencia.

Se afirma que los primeros concursos se remontan a votaciones populares de simpatía y belleza realizadas en las ferias del pueblo, donde se celebraban las cosechas, ferias patronales, vendimias y otros acontecimientos (Cortázar, 2010). Con la posterior modernización de las ciudades, se motiva a un cambio en los certámenes, convirtiéndolos primero en eventos de representación de las clases acomodadas, y posteriormente, con la irrupción de las nacientes clases medias, se constituyen como parte de la representación regional y nacional. Finalmente es con la masificación de la televisión y la mercadotecnia que presenciamos su espectacularización (Cortázar, 2010).

El primer concurso de belleza por dinero se organizó en el año 1920 por el dueño del hotel Monticello en Atlantic City, quien reunió un grupo de hombres empresarios para venderles una idea, que permitiera extender la temporada de compras. Se trataba de realizar un concurso de belleza en el que 350 mujeres jóvenes y vírgenes; pudieran participar y ganar un

premio. La idea resultaba convincente y los dueños de los diarios locales, acuerdan que sería una celebración anual y deciden entregar 100 dólares a la coronada como “Miss América”, electa en base a las decisiones de un jurado conformado únicamente por hombres blancos²⁶.

El concurso creció y alcanzó altos niveles de *sponsoreo* por parte de empresas nacionales, con lo cual logró recaudar un mayor caudal de ganancias. A su vez, las exigencias hacia las participantes en cuanto a requisitos de vestuario, maquillaje, peinado y presentación, pasan a ser mucho más elevadas.

Estos certámenes escalaron a nivel internacional, cuando la compañía Pacific Knitting Mills²⁷ rompe contrato con Miss América y lanza un nuevo concurso en paralelo (en asociación con el ayuntamiento de Long Beach, la aerolínea Pan Am²⁸ y los estudios cinematográficos Universal) todas empresas sumamente importantes y millonarias. De esta forma, nace lo que se conoce como Miss Universo²⁹.

Con el paso del tiempo, cobró mayor relevancia y en 1960, la cadena de televisión CBS, compró los derechos del programa y de esta manera, también lograron la transmisión a varios países. En el año 1966, se realizó la primera emisión del programa a color y para la edición de 1972, el concurso consiguió trascender las fronteras de los Estados Unidos para iniciar su viaje por el mundo³⁰. Miss Universo internacionalizó un programa televisivo, que cuenta con representantes de gran cantidad de países, lo que generó la conformación de concursos nacionales con representantes femeninas en nombre de su país.

El boom de Miss Universo traspasó las fronteras y en varios países de habla hispana, el

²⁶ Miss America, (s/f) *A History*. Recuperado de <https://www.missamerica.org/organization/history/> (consulta 27/11/2019)

²⁷ La empresa Pacific Knitting Mills nace en Estados Unidos en el estado de California en el año 1907, bajo el nombre de Bentz Knitting Mills, una pequeña empresa textil que fabricaba en aquel entonces ropa interior y suéteres. En el año 1912 la empresa cambió de nombre y el mismo año introdujo entre sus productos el traje de baño. Yolande Betbeze Fox -Miss América en 1951- se rehusó a posar en traje de baño para la marca Catalina's Swimwear la cual era parte del grupo Pacific Knitting Mills. Para ampliar: <https://yousozunga.webnode.es/products/catalina-extinta/> (consulta 27/11/2019)

²⁸ La empresa Pan American World Airways (más conocida como Pan Am) fue la aerolínea internacional más importante de los Estados Unidos desde la década del 30 hasta su quiebra en 1991. Sin duda la primera compañía internacional estadounidense de preguerra, contribuyó marcadamente al desarrollo del transporte aéreo a nivel mundial mediante la inauguración de rutas pioneras transoceánicas, a través del Atlántico y del Pacífico en particular.

²⁹ Miss Universo (s/f) *Historia*. Recuperado de https://www.ecured.cu/Miss_Universo (consulta: 11/06/2019)

³⁰ Idem

certamen quedó ligado a la palabra inglesa “Miss”. En 1952, Perú comenzó a participar de este show y elige a su primer representante para concursar. La organización del certamen estuvo a cargo del diario La Crónica y contó con la participación de mujeres de todo el país³¹.

Desde sus inicios, hasta su consolidación, podemos visualizar que existen dos rasgos importantes a destacar en relación al lugar y al rol de la mujer en los certámenes de belleza. Las mujeres se convierten en protagonistas y centro de atención, teniendo en cuenta que para esa época había escasos lugares de participación exclusivamente femenina. Además pocas veces una mujer representa a su nación en una competencia internacional. Las participantes no solo tenían la oportunidad de recibir una remuneración económica al ganar, sino también mantener estrecho contacto con otras industrias como la moda y la televisión, lo que les permite en varias ocasiones dar un salto profesional.

Algunos análisis de este fenómeno dejan en claro que existe un entramado simbólico más allá de lo estético. Es decir, los concursos de belleza, guardan configuraciones vinculadas con la identidad nacional, en este caso el cuerpo de la mujer elegido como un icono de la identidad nacional. (Pequeño, 2004). Es así como en el imaginario colectivo los concursos crean un campo nacional de símbolos compartidos y prácticas que definen tanto la etnicidad como la feminidad. El cuerpo femenino funciona, en este contexto, como una representación del nacionalismo en términos de una imagen particular y hegemónica de lo femenino (Verea, 2001).

Las significaciones sociales en torno a los concursos de belleza son múltiples y exceden esta tesis. Sin embargo, mencionarlas contribuye a construir una idea más compleja y menos reduccionista del fenómeno, tanto para sus concursantes como para la audiencia. Por otra parte, las bases para medir a las participantes no dejan de ser cánones de belleza excluyentes, que persiguen criterios universales, donde las mujeres que alcanzan este tipo de concursos son delgadas, altas, blancas o a lo sumo mestizas, con cabelleras largas y lacias, donde claramente la riqueza propia de la diversidad latinoamericana, queda suprimida.

De esta manera, la representatividad de los rostros indígenas es casi nula. Respecto a la

³¹ Miss Perú (s/f) Historia. Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Miss_Per%C3%BA (consulta: 11/06/2019)

inclusión de mujeres afrodescendientes, recién en los años ochenta, ingresan a los certámenes. Aunque esta inserción se produce bajo los mismos parámetros hegemónicos de belleza exigidos a mujeres blancas³². En este sentido, la belleza se convierte en un elemento ideológico en el que algunos cuerpos femeninos no están socialmente contruidos como deseables o atractivos (Pequeño, 2004).

En esta línea, al calor de los años sesenta y setenta, grupos feministas comienzan a realizar importantes pronunciamientos en contra de este tipo de certámenes y a favor de la liberación del cuerpo femenino. Un ejemplo de esto, lo encontramos en Estados Unidos (1968) donde un grupo feminista realiza una protesta en la celebración del *Miss América*, en contra de la presentación de mujeres como objetos sexuales estereotipados. Su principal acción consiste en una quema de corpiños, llamada el «basurero de la libertad». Esta acción se replica en otros países, como en Gran Bretaña -durante la celebración de *Miss Mundo*- mientras se entona la consigna: “No somos hermosas, no somos feas, estamos enfadadas”. Ese mismo año en Perú, la Alianza de Mujeres Peruanas (Alimuper) interviene en público, contra los concursos de belleza, al considerarlos degradantes para las mujeres. (Nash, 2004 apud Conci, Paliza y Vanini, 2018)

El feminismo desde sus inicios ha denunciado múltiples formas de sometimiento hacia la mujer. La opresión sobre el cuerpo es uno de los tantos tipos de violencia que coartan la libertad individual, en la medida en que las exigencias recaen sobre la imagen y el deber-ser cobra fuerza, condiciona el desarrollo personal y limita las elecciones profesionales. En relación a esto, los movimientos de mujeres han sido claves para visibilizar, reconocer y construir modelos teóricos que permitan repensar las desigualdades en las sociedades patriarcales.

Lucha por los derechos de las mujeres

A partir de la cronología que hace Nuria Varela (2005) sobre la historia de los

³² Sin embargo, esta expulsión ha generado la creación de otros concursos alternativos, por ejemplo en Ecuador estos eventos son usados por los grupos indígenas para cuestionar las ideologías locales y nacionales sobre la superioridad blanco-mestiza. También en Guatemala existe un certamen nacional de belleza indígena, el Rabín Ajaw, que convoca a candidatas de todo el país para competir en base a la autenticidad de raza, autenticidad de traje típico y expresión en su lengua originaria.

feminismos, podemos observar como en la primera ola iniciada a mediados del siglo XVIII al calor de ideas proclamadas como "todos los ciudadanos nacen libres e iguales ante la ley", las mujeres comienzan a cuestionar los por qué de su exclusión en materia de derechos. En la segunda ola, ya en el siglo XIX, las mujeres siguen luchando por un espacio en la esfera pública. Las demandas de ese período se centran en solicitar y reivindicar el derecho al voto, pero también en reclamar derechos relativos a la educación, al trabajo, el matrimonio y el cuidado de los hijos/as. En esta época la protesta social y las manifestaciones en las calles, son frecuentes en los reclamos feministas y procuran la igualdad en el voto.

Llegados los años setenta, emerge la tercera ola del feminismo. Con ella se produce un giro significativo y el foco de atención se traslada de lo público a lo privado. Así su frase más emblemática, "lo personal es político", cuestiona un universo de acciones íntimas, silenciadas, naturalizadas y resguardadas bajo la idea de secreto, que se continúan reproduciendo en un conjunto de mecanismos estructurales contra la opresión femenina. Lo que ocurre en la vida doméstica y familiar, abordado por primera vez en la ola actual, permite identificar un centro de dominación y opresión manifiesto en la intimidad.

Según Ana de Miguel (2005) hay dos obras clásicas claves para el desarrollo de este giro, "Política sexual" de Kate Millet (1969) y "Contra nuestra voluntad: hombres, mujeres y violación" de Susan Brownmiller (1975). En esta época, se elabora el concepto de patriarcado, con el cual se explica la existencia de un sistema de dominación basado en el sexo-género y que mantiene una condición independiente de otros sistemas.

Ya en los años setenta, la violencia contra las mujeres dentro de los vínculos amoroso-afectivos, comienza a ser denunciada de forma específica. Incluso en Inglaterra, se crea el primer movimiento que hace explícita esta temática: "movimiento de mujeres maltratadas". En esta misma década, las mujeres estadounidenses empiezan a denunciar el acoso sexual en el ámbito laboral (de Miguel, 2005). También se desarrollan los feminismos de la diferencia, los feminismos afro, populares, ecológico, campesino, que analizan las desigualdades de las mujeres junto a otros factores que profundizan la exclusión de algunos sectores. (Varela, 2005)

En los años ochenta, las feministas empiezan a dirigir sus demandas a los Estados, se exigen leyes que contemplen la violencia contra las mujeres y los mecanismos de protección a las víctimas (Bosch-Fiol y Ferrer Pérez, 2007). La lucha por los derechos de las mujeres, pasa

de ser objeto de atención para una minoría, a estar en el centro de discusión en instituciones nacionales e internacionales, con declaraciones y actuaciones múltiples.

Sobre las luchas feministas peruanas

Los feminismos en el Perú emergen en los años setenta, según Virginia Vargas (1985), por la modernización y democratización que tiene el país durante los años cincuenta, permiten a la mujer ingresar al mundo laboral, tener mayor acceso a la educación y participar en partidos políticos. Y en el caso de mujeres de sectores medios, poder tener control de su natalidad.

Los años ochenta, marcados por el conflicto armado interno que se extiende en este país durante las décadas de los ochentas y los noventa tiene consecuencias directas en la desorganización de la izquierda peruana y en la movilización de las mujeres intelectuales y de clases medias. A raíz de esto, las mujeres dejan la militancia en los partidos de izquierda, para crear un movimiento feminista independiente. Las agrupaciones feministas reciben financiamiento externo, lo que termina orientando las acciones hacia cierto tipo de proyectos integrados en las políticas públicas alineadas a los pactos globales. (Barrientos, Muñoz, 2014)

En los noventa, Alberto Fujimori usa el discurso feminista en la Conferencia Internacional sobre Población y Desarrollo, que se lleva a cabo en El Cairo (1994), para justificar su plan de “control de natalidad” a través del cual se esteriliza sistemáticamente a peruanos y peruanas sin brindar explicaciones ni información sobre el procedimiento y resultado al que serían sometidos. El total de casos asciende a: 272.028 mujeres y 22.004 hombres (Ballón Gutiérrez, 2014)

A fines de los noventa se encuentran avances a nivel legislativo: la Ley 28.983 a favor de las mujeres y en pos de la igualdad de oportunidades de género, la Ley 26.260 de protección contra la violencia familiar, la sanción del hostigamiento sexual (Ley 27.492) a las cuotas, al enfoque de género en los presupuestos (Ley 29.083) y al trabajo no remunerado en las cuentas nacionales (Ley 29.700).

En el año 2011, se publica la Ley que modifica el artículo 107 del Código penal incorporando al femicidio (el cual en 2013 se cambia por el artículo 108-B). En el 2015, se

sanciona la Ley para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres y los integrantes del grupo familiar (30364). Decreto Supremo que dispone la creación de un mecanismo para la Igualdad de Género en las entidades del Gobierno Nacional y de los Gobiernos Regionales, publicado el 19 de julio de 2017 (Ministerio de la Mujer y poblaciones vulnerables, 2017).

Pese a estos avances, tanto de los movimientos feministas como del Estado peruano, los índices de violencia de género y de femicidios son altos. En el año 2017 (año de emisión de “Miss Perú”) los Centros Emergencia Mujer (CEM) que posee ese país, registran casos de violencia hacia las mujeres y niñas por un total de 48.607 casos y desagregan en violencia “familiar”³³ con 43.609 casos y violencia sexual 4.998. Para ese mismo año se registran 121 femicidios. En el año 2019, los datos incrementan exponencialmente y llegan a registrarse 155.092 casos de violencia y a 166 femicidios (Ministerio de la Mujer y poblaciones vulnerables del Perú, 2019).

En Perú, al igual que en otros países latinoamericanos, los conflictos armados, la alta tasa de analfabetismo, las empobrecidas comunidades campesinas e indígenas son factores decisivos en la organización política local y por supuesto, los feminismos situados se han articulado en base a estas condiciones. En los últimos años, la visibilidad del discurso feminista en los medios de comunicación, impulsado por las masivas movilizaciones, han logrado reflexiones y discusiones en temas que hasta el momento se daban en pequeños circuitos sociales.

La oleada de movilizaciones que empieza en el 2015 con el NUM fue la semilla que permitió a una amplia y diversa población de mujeres y varios sectores de la sociedad, feministas y no feministas, organizar procesos de participación colectiva en busca de derechos. También el propósito de la ocupación del espacio público y la irrupción en la cotidianidad para imprimir y hacer eco de un reclamo que no deja de ser vigente: a las mujeres se nos sigue matando.

Como se verá en el siguiente apartado, este contexto de reclamos es la antesala para que los/as organizadores/as del concurso Nacional de Belleza del Perú, realicen una gala de

³³ La violencia familiar estaba comprendida por: Violencia Psicológica, Física y económica/patrimonial.

elección y coronación, en la que se nombran diversas violencias hacia las mujeres que permite la aparición de discusiones y reclamos feministas, en un ámbito en el que nunca se habían manifestado.

Los susurros se hicieron gritos: Primer “Ni Una Menos”

Uno de los sucesos más importantes de los últimos años, fue el movimiento NUM, el cual surge en Argentina en el año 2015 como pronunciamiento ante el incremento de femicidios y la cuestionable cobertura que los medios de comunicación realizaban sobre los mismos. En marzo de ese año, un pequeño grupo de comunicadoras y activistas feministas argentinas, organizan una maratón de lectura en la Biblioteca Nacional bajo el lema “Ni Una Menos”, con el fin de tratar temas vinculados a la violencia de género, trata de mujeres y femicidios.

Sin embargo, el puntapié inicial para convocar a una movilización, se produce en el mes de mayo, tras el asesinato de Chiara Páez, una adolescente de 14 años que estaba embarazada. En las redes sociales bajo el hashtag #NiUnaMenos, se viraliza la convocatoria. La cita es el 3 de junio de 2015, frente al Congreso de la Ciudad de Buenos Aires. A la movilización asisten más de 200.000 personas apoyadas por grupos feministas, sindicatos, organizaciones políticas y sociales. El interés y objetivo de las consignas, aunque variadas, gira en torno a frenar la violencia hacia las mujeres³⁴.

Las demandas enunciadas ese día, exigen la instrumentalización en su totalidad de la Ley 26.485 (Ley de protección para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales) sancionada en 2009. Además se solicita contar con cifras y estadísticas oficiales, sobre femicidios. La repercusión que tiene este evento, se traslada a varios países de América Latina, en donde también se presentan concentraciones de mujeres haciendo eco de las demandas, entre ellos: Chile, Perú, México y Uruguay.

³⁴Télam (03/06/2015) *Más de 200 mil personas se concentraron frente al Congreso para decirle basta a los femicidios* [online] Recuperado de: <https://www.telam.com.ar/notas/201506/107330-niunamenos-mas-de-80-ciudades-argentinas-unidas-contra-los-femicidios.html> (consulta: 06/09/2019)

Ni Una Menos en Perú: Si tocan a una, tocan a todas

La marcha NUM en Perú se realizó el 13 de agosto de 2016, luego de hacerse públicas dos sentencias judiciales; que dejan en libertad a dos hombres acusados de agredir a sus ex parejas.

Uno de los casos fue el de Arlette Contreras y Adriano Pozo (2015) y tuvo una amplia repercusión pública al ser difundido por los medios de comunicación con imágenes explícitas del delito. Las mismas fueron captadas por las cámaras de seguridad del hotel donde se encontraba la pareja. En ellas se ve a la mujer (Arlette) corriendo hacia la recepción del hotel y al hombre desnudo, golpeándola, sujetándola por el pelo y arrastrándola por el suelo.³⁵

La segunda sentencia se conoce tan solo un día después. La Primera Sala para Reos en Cárcel de la Corte Superior de Justicia de Lima condenaba a cuatro años de prisión suspendida a Rony García, quien en 2012 agrede a Lizeth Rosario Socia Guillén, conocida como “Lady Guillén”³⁶ (Caballero, 2019)

Según la historización que plantea Caballero (2019) esta fue la chispa que encendió la indignación, haciéndose manifiesta principalmente a través de la red social Facebook. Primero de la mano de Jimena Ledgard, activista feminista y filósofa, quien a través de una actualización de estado en su cuenta de Facebook convocó a manifestarse en las calles. En su publicación digital Jimena Ledgard afirmó: “Nadie nos va ayudar, necesitamos cuidarnos nosotras. ¿Cuándo tomamos la calle hermanas?, ¿Cuándo decimos nosotras ‘ni una menos’?” (Caballero, 2019, p.111).

Ese mismo día Kathe Soto, socióloga de la Universidad Nacional Federico Villarreal y activista feminista de Carabayllo, escribió en su estado de Facebook: “¿Y entonces? ¿Nos vamos a las calles?” (Caballero, 2019, p. 112). A estas declaraciones se suman otras activistas y entre ellas, se organiza una movilización como respuesta a la impunidad del sistema de

³⁵ ATV Noticias (30/07/2019) Caso Arlette Contreras: Ofrecen 30 mil soles por Adriano Pozo [video] Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=Komz7FK8pPM> (consulta: 06/09/2019)

³⁶ Fue bailarina del grupo de cumbia 'Ángeles de Fuego', lo que la llevó a relacionarse con el cantante Rony García, quien abusó físicamente de ella. Actualmente es conductora de televisión, abogada y militante por los derechos de las mujeres. Recuperado de: <https://trome.pe/espectaculos/lady-guillen-lucia-conductora-decirte-malcriada-video-fotos-44699/?ref=tr> (consulta: 11/06/2019)

justicia. A través del *chat Messenger*³⁷ se organiza la primera convocatoria pero dada la limitada capacidad de participantes, se decide abrir un grupo y posteriormente una página que lleva por nombre: “Ni una Menos: tocan a una, tocan a todas”. Facebook es entonces, el medio oficial de comunicación, aunque también existen encuentros presenciales. (Caballero, 2019)

Es a través de las redes sociales -particularmente Facebook- como muchas mujeres feministas dispersas en sus militancias, encuentran una forma de conversar y tejer redes, independientemente de las corrientes ideológicas con las que se identifican.

Facebook como dispositivo

Nuestro corpus reposa en Facebook, una plataforma donde usuarios/as, medios de comunicación, celebridades, artistas, personas que ejercen la política, marcas, instituciones y organizaciones, comparten contenido de diversas temáticas en diferentes formatos.

Facebook fue creada en 2004 por un grupo de estudiantes de Harvard, siendo Mark Zuckerberg la figura principal, con el propósito de generar una red que permitiera a los estudiantes de esa casa de estudios, conectarse entre sí. En 2006, se abre al público en general mayor de 13 años (actualmente es a partir de los 14). Pese a los escándalos referentes a la venta de datos personales de sus suscriptores/as actualmente sigue siendo la red social con más usuarios/as a nivel global. Se calcula que rondan los 2.449 millones mensuales en todo el mundo³⁸. Además de poseer también la red social Instagram y la aplicación de mensajería instantánea Whatsapp.

Candale (2017) citando a Bolander y Locher (2015), menciona que Facebook engloba modos de comunicación asincrónica -en la medida en que se puede acceder después de su publicación- lo que nos permitió poder rescatar las opiniones entorno al *Miss Perú*. Como también, modos sincrónicos, que consisten en el servicio de mensajería privada representado por la aplicación Messenger y las conversaciones que se dan en los grupos.

Siguiendo a José Van Dijck (2017), Facebook se considera dentro del grupo de medios sociales, definidos como aplicaciones de internet construidas sobre los cimientos ideológicos

³⁷ Es un espacio de mensajería cerrado para que distintos usuarios con intereses similares puedan compartir información, documentos, enlaces y todo tipo de información.

³⁸ We are social (30/01/2020) DIGITAL 2020: 3.800 MILLONES DE PERSONAS UTILIZAN LAS REDES SOCIALES. [online] recuperado de: <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media> (consulta: 15/02/2020)

y tecnológicos de la Web 2.0³⁹ para permitir la creación de contenido que generan usuarios/as. Según la autora, si bien Facebook es un “sitio de red social” es decir, prioriza el contacto ya sea entre individuos o grupos, forja conexiones personales y profesionales. También presenta otras características (que comparte con otros medios sociales) como promover la producción de contenido y la incorporación de servicios comerciales, juegos y otro tipo de servicios. (Dijck, 2017)

El universo Facebook, es un espacio convergente, el cual permite compartir información de otras personas, otras páginas, e incluso copiar enlaces de otras plataformas o hacer producciones propias y publicarlas. A través de esta red social, es posible recorrer pluralidad de voces, aunque esto depende de qué tipos de perfiles y páginas siga cada usuario/a.

Siguiendo a Scolari (2008) Facebook ofrece formas de comunicación hipermediática, es decir, que trascienden el medio. Por ello, cobra relevancia que “las investigaciones de las hipermediaciones deberían salir de la pantalla para analizar las transformaciones sociales que el desarrollo de nuevas formas de comunicación está generando” (2008, p.116). En línea con este concepto, entendemos que aquello que es publicado en Facebook, y en otras redes sociales, no son solo dichos u opiniones, sino cuestiones que delimitan un accionar que trasciende el ámbito virtual, resonando en otros espacios.

En este sentido, las Tecnologías de Información y Comunicación (TICS) no se agotan en una función informativa, sino que conllevan nuevas prácticas comunicacionales y de interacción, nuevas formas de participación y apropiación. Como se verá en el próximo capítulo, los feminismos no escapan a esta lógica. Internet y particularmente las redes sociales, se convierten en un espacio de militancia y organización política, demanda de derechos y convocatoria a la movilización social. Además de ser espacios de construcción de sentidos y nuevas significaciones.

³⁹ Caracterizado por el surgimiento de herramientas y plataformas de publicación, que ampliaron las posibilidades de participar en la web a personas con poco o escasos conocimientos sobre informática, programación y redes. (Ciufolli y Lopez, 2012)

Capítulo 2: Militancias en las redes sociales, feminismos y seguidoras

Ciberfeminismos: “Somos el virus del nuevo desorden mundial”⁴⁰

Como hemos apuntado, el nacimiento y la popularización de Internet en la cotidianidad representa un verdadero quiebre para las sociedades en distintos aspectos: el llamado ciberespacio es tema de debates, posicionamientos y reflexiones. Con la irrupción de las redes sociales se reconfiguran los vínculos y algunos movimientos políticos las incorporan como herramientas de participación e interacción, dada su capacidad para generar movilización social.

En línea con Manuel Castells (2012), entendemos que las cibermilitancias son un híbrido entre el ciberespacio y el espacio urbano concreto. El autor es enfático en indicar que ni el rol de Internet, ni el de ninguna tecnología es determinante a la hora de producirse una movilización social, por el contrario las movilizaciones se producen por contradicciones o conflictos ya existentes, que se nuclea y organizan a través del espacio virtual. (Castells, 2012) En este sentido expone: “[...] Internet es un soporte material, un instrumento de acción de estos movimientos, en la medida en que les permite movilizar, organizar, deliberar, coordinar y decidir.” (Castells, 2012, p.19)

Para el feminismo, internet se presenta como una herramienta de construcción para nuevas condiciones de igualdad despojadas de estereotipos de género, que eviten la repetición de los viejos modelos de poder. Según Remedios Zafra (2015) los ciberfeminismos empiezan entre finales de los ochenta y principios de los noventa, cuando el término “ciberfeminismo” apareció con los trabajos casi simultáneos de Sadie Plant⁴¹, desde la filosofía, y el grupo artístico VNS Matrix⁴². Ambos trabajos identifican al ciberespacio como un lugar donde romper estructuras patriarcales, desafiar las lógicas sexistas y crear nuevas formas de

⁴⁰VNS Matrix, (1991), [online] Manifiesto ciberfeminista para el siglo XXI. Recuperado de: [https://dpva.org/wiki/index.php/1991 - Manifiesto ciberfeminista para el siglo XXI - VNS Matrix](https://dpva.org/wiki/index.php/1991_-_Manifiesto_ciberfeminista_para_el_siglo_XXI_-_VNS_Matrix) (consulta: 15/08/2019)

⁴¹“Sadie Plant creía que el ciberespacio -ese “mundo no lineal distribuido”- sería el entorno ideal para acabar con el sistema patriarcal ya que “la revolución digital anuncia la decadencia de las estructuras hegemónicas tradicionales y de los cimientos del poder de dominación masculino, porque representa una nueva clase de sistema técnico” (Binder, 2017, p. 23)

⁴²VNS Matrix: Grupo artístico que nace en 1991 en Australia. Realizaron “trabajos de experimentación entre el sujeto femenino, el arte y la virtualidad” (de Miguel y Boix, 2002, p.13).

resistencia.

En esta primera etapa el ciberfeminismo recibe muchas críticas por contar con poca producción teórica sobre mujeres y tecnologías y por no tener una agenda política delimitada (Binder, 2017).

Más tarde, a comienzos del siglo XXI, el ciberfeminismo se vincula con movimientos antiglobalización y grupos activistas en defensa de los derechos humanos, lo que establece conexiones y pregonan el uso estratégico de las TICs para la transformación social. De esta forma, nace lo que se conoce como ciberfeminismo social que tiene como objetivo: “Difundir información, generar redes de activismo y solidaridad, coordinar iniciativas para mejorar de manera concreta la vida de las mujeres, además de servir de freno a las acciones de abuso de un patriarcado también globalizado” (Boix, 2006, p. 09).

En el ciberfeminismo social, si bien se busca la ocupación y representación de las mujeres en el espacio virtual, resulta central trascender el ciberespacio para poder generar un cambio sustantivo en las relaciones de poder. Faith Wilding explica: “Los ciberfeminismos podrían imaginar formas de vincular las prácticas históricas y filosóficas del feminismo a los proyectos feministas contemporáneos, tanto dentro como fuera de la Red [...] tomando en cuenta la edad, la raza, la clase y las diferencias económicas” (2004, p.146).

Por otro lado, la forma en la que se “habita el ciberespacio” puede ser variada según los sujetos y los contextos: “a veces se trata de una publicación en Facebook como algo transgresor, otras, de crear y mantener infraestructuras feministas autónomas.” (Binder, 2017, p. 46)

Entendemos que las páginas de Facebook que participan del corpus de esta investigación están inmersas en lo denominado como ciberfeminismo social, ya que utilizan las redes sociales como espacio para la publicación de contenido referente a la agenda feminista, visibilizan demandas, levantan sus críticas a los medios de comunicación hegemónicos, tejen conversaciones entre ellas, habilitan al debate y generan significaciones.

Por último, resulta central mencionar que la capacidad de generar contenido en las redes sociales está vinculada a las condiciones materiales de existencia y al conocimiento de las plataformas. Particularmente en América Latina, las condiciones de conexión a Internet continúan siendo profundamente desiguales y a esto se le debe sumar la brecha digital de

género⁴³.

Presentación de las páginas

En este apartado se realiza una descripción de las páginas de Facebook que emitieron opiniones entorno al certamen de belleza. ¿Quiénes son?, ¿de qué manera se definen?, ¿cómo se presentan ante sus seguidores o potenciales seguidores? Se introducen a continuación, las trece páginas en orden alfabético. Posteriormente nos adentraremos en la relación que establecen con su audiencia a partir del tipo de publicaciones que realizan.

Antiprincesas/Chirimbote es una página de Facebook argentina que tiene 523.593⁴⁴ seguidores/as. Fue creada el 27 de junio de 2015 y se presenta como “Nueva literatura infantil. Editorial autogestiva.”⁴⁵ Tiene su página web enlazada en el perfil y si bien es una editorial, al optar entre las categorías de Facebook, se define como un medio de comunicación. Su objetivo principal es la promoción de sus libros infantiles orientados a problematizar estereotipos de género, en el que recuperan a mujeres de la historia latinoamericana, denominadas “antiprincesas”⁴⁶, y proponen nuevas masculinidades a través de la figura de “antihéroes”. En la página también publican temas importantes de la agenda feminista, reflexionan sobre las desigualdades de género y comparten noticias de actualidad de otros medios de comunicación. Se caracterizan por difundir gran contenido gráfico, imágenes, dibujos y viñetas de diferentes ilustradoras/es. Tienen una postura a favor de las infancias libres, la diversidad sexual y se

⁴³ En América Latina, las TICS comenzaron a ganar terreno a partir de los 2000, siendo una región con profundas desigualdades estructurales, debemos mencionar que aún en 2019, según estudios del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), solo un 53% de la población está conectada a Internet y hay un 16% de brecha a favor de los hombres. Las mujeres muestran mayores dificultades para entender cómo funcionan los dispositivos de conexión, como celulares, computadoras y tablets (Agüero, Bustelo y Voillaz, 2020). Sin embargo, esto es un estudio realizado mayoritariamente a población urbana; si se tienen en cuenta los contextos rurales, probablemente esta cifra se modifiquen y sean aún más profundas las desigualdades. Agüero, A, Bustelo, M, Voillaz, M. (2020) ¿Desigualdades en el mundo digital?: Brechas de género en el uso de las TIC. (01/03/2020). [online] Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Recuperado de: <https://publications.iadb.org/es/desigualdades-en-el-mundo-digital-brechas-de-genero-en-el-uso-de-las-tic> (consulta: 17/04/2020)

⁴⁴ Facebook. Antiprincesas/Chirimbote (27/06/2015). [online] Recuperado de: <https://www.facebook.com/editorialchirimbote> (consulta: 03/12/2020)

⁴⁵ Idem

⁴⁶ La idea de “antiprincesas” responde a poder mostrar mujeres históricas, que por sus acciones se destacaron en distintos ámbitos. Se priorizan estas figuras frente a la creciente tendencia de los últimos años de valorizar a las princesas de cuentos y películas (fundamentalmente de procedencia norteamericana). De ahí, el juego de palabras “antiprincesas”. La misma idea se puede traspolar a los “antihéroes”, para proponer masculinidades diversas. Antiprincesas (s/f). [online] Recuperado de: <http://chirimbote.com.ar/antiprincesas#:~:text=Antiprincesas&text=Las%20Antiprincesas%20y%20los%20Antih%C3%A9roes,independencia%2C%20y%20proponer%20nuevas%20masculinidades>. (consulta: 31/12/2020)

muestran a favor de la educación sexual integral.

Barbi Japuta⁴⁷ es una página de Facebook española que cuenta con 89.301 seguidores. Se define como comunidad y es administrada por una escritora y columnista española, quien mantiene su identidad oculta bajo este seudónimo. Su foto es una muñeca Barbie con dos cuernos y un rabo de diablo. En su descripción se presenta: “Soy responsable de lo que digo, no de lo que tú entiendas”⁴⁸. Comparte notas y podcasts de creación propia, los cuales están enlazados a su columna en “elDiario.es”⁴⁹ donde aborda diversos temas, tales como: tipos de violencias, lenguaje inclusivo, acceso a la justicia, ocupación del espacio público y salud de las mujeres.

La Asociación Femenina Estudiantil del Perú es una página de Facebook peruana con 4.379⁵⁰ seguidores/as, creada el 24 de febrero de 2013. Se define como una organización juvenil sin fines de lucro. No posee página web, pero cuenta con un correo electrónico de contacto. En su descripción figura la siguiente información: “es un espacio para la autoorganización de las mujeres en el movimiento estudiantil peruano, para analizar, proponer, unir, educar y luchar respecto a las diferentes problemáticas que atraviesan”⁵¹. Comparte información sobre sus actividades, manifestaciones, eventos, talleres. Asimismo, denuncia la violencia a través de notas periodísticas tomadas de otros medios.

La Purita Carne es una página de Facebook peruana que cuenta con 2.189⁵² seguidores, creada el 05 de noviembre de 2012 y tiene disponible el *link*⁵³ a su blog. Se define como comunidad y en su descripción señala: “Reflexiones, acciones, intervenciones, saltos, extravíos y encuentros estéticos-poéticos de la carne como materia del ejercicio espiritual para compartir”.⁵⁴ Comparte noticias de actualidad sobre la desigualdad de género, violencia, femicidios, abusos, desapariciones, violaciones publicadas en diferentes medios peruanos. Además se difunde información sobre manifestaciones y fechas importantes en la agenda como

⁴⁷ Facebook. Durante el proceso de elaboración de este trabajo la página fue bloqueada por Facebook.

⁴⁸ ídem

⁴⁹ El Diario.es (s/f). [online] Recuperado de: <https://www.eldiario.es/> (consulta: 03/05/2019)

⁵⁰ Facebook Asociación Femenina Estudiantil del Perú (24/02/2012). [online] recuperado de: <https://www.facebook.com/AsociacionFemeninaEstudiantilDelPeru> (consulta: 04/12/2020)

⁵¹ ídem

⁵² Facebook, La purita Carne (s/f) [online] Recuperado de <https://www.facebook.com/lapuritacarne/about> (consulta 04/12/2020)

⁵³ Link: enlace de acceso a un sitio web.

⁵⁴ ídem

el 8 de marzo, Día Internacional de la Mujer.

Lola es una página de Facebook española creada el 24 de agosto del 2016 que cuenta con 819.142⁵⁵ seguidores. En información se presenta como: “Feminismo pop de la mano de BuzzFeed España”⁵⁶ y en la descripción se define como un medio de comunicación y noticias. Comparte notas y videos de su propio sitio web enlazado en el perfil. Abordan diversos temas: abuso sexual, acoso, brecha salarial entre varones y mujeres, trabajo en el hogar no remunerado, masculinidad, menstruación, educación sexual, aceptación de la diversidad de cuerpos. A su vez, propone la ruptura de estereotipos, reflexiona acerca de operaciones estéticas genitales, del *ghosting*,⁵⁷ y del embarazo. Además recomienda artistas con perspectiva de género y de la comunidad LGBTIQ+.

Mujeres que no fueron tapa es una página argentina que cuenta con 62.024⁵⁸ seguidores, tiene un enlace a su página web y fue creada el 26 de junio de 2016. Se define como una comunidad. En su descripción menciona: “necesidad de otras mujeres, mujeres comunes singulares e imperfectas extraordinarias y diversas. Que no hemos venido al mundo para encajar en ningún molde”⁵⁹. Denuncia la poca visibilidad otorgada a la mujer real en las industrias culturales, cuestiona la falta de perspectiva de género de los medios de comunicación hegemónicos, critica los estereotipos, el rol socialmente asignado a las mujeres, la hipersexualización de la infancia, la maternidad y las masculinidades. En sus publicaciones, se pide opiniones a sus seguidoras y se convoca a talleres en los que se ofrecen herramientas para desnaturalizar las violencias.

Nosotras Feminismo es una pagina de Facebook española que cuenta con 15.322⁶⁰ seguidores/as, creada el 15 de enero del 2017. Se define como feminismo radical y en su descripción expone ampliamente su posicionamiento político: “[...] El feminismo radical es

⁵⁵Facebook. Lola (23/10/2016). [online] Recuperado de: <https://www.facebook.com/buzzfeedlola> (consulta: 04/12/2020)

⁵⁶ Ídem

⁵⁷La Vanguardia (19/05/2019)Facebook. Por qué no deberías practicar ‘ghosting’, aunque esté de moda . [online] Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/vivo/psicologia/20190519/462290924559/ghosting-ruptura-relaciones-moda-consecuencias.html> (consulta: 10/01/2021)

⁵⁸Facebook, Mujeres que no fueron tapa (s/f) [online] Recuperado de <https://www.facebook.com/mujeresquenofuerontapa/about> (consulta 10/12/2020)

⁵⁹Facebook, mujeres que no fueron tapa (s/f) [online] Recuperado de <https://www.facebook.com/mujeresquenofuerontapa/about> (consulta 10/12/2020)

⁶⁰Facebook, Nosotras Feminismo (s/f) [online] Recuperado de <https://www.facebook.com/FemNosotras/about> (consulta 10/12/2020)

una corriente estadounidense que se desarrolla entre 1967 y 1976 con enorme influencia en todos los movimientos posteriores. Su lema es "Lo personal es político" y sus principales obras de referencia son 'La política sexual' de Kate Millet y 'La dialéctica del sexo' de Shulamith Firestone [...]"⁶¹. En su perfil tiene un enlace a su cuenta de twitter. Comparte notas que redireccionan a otros medios digitales, y en general, en ese tipo de publicaciones se produce una problematización de los contenidos de la nota. Las publicaciones denuncian femicidios, cuestionan el trabajo sexual, el alquiler de vientres y la inclusión de las mujeres trans dentro del colectivo de mujeres.

Paro Internacional de Mujeres del Perú, como es descrito en su nombre, es una página peruana, creada el 16 de enero del 2017 y tiene 47.070⁶² seguidores. Se presenta vinculada a otra página en Facebook de la siguiente manera: "Página de Facebook de PARO Colectiva Feminista Anticapitalista" y en su descripción dice: "igualdad y fraternidad, causa y comunidad"⁶³. En las publicaciones que realiza, enlaza noticias e información de otros medios. Es decir, no cuenta con un *blog* o página *web* propia, al que sean redirigidos/as sus seguidores/as. El perfil de la página es fundamentalmente militante, comparte apoyos a organizaciones sociales, reclamos al Estado, donde se demandan políticas públicas y ayudas específicas para mujeres indígenas. Además, realiza denuncias sobre femicidios, abusos sexuales y acoso callejero.

Patrulla Feminista es una página española que tiene 41.649⁶⁴ seguidores, creada el 8 de enero del 2018. En su presentación, figura la siguiente información: "Somos feministas radicales, es un proyecto de activismo feminista en redes. La información y conocimientos son poder, por ello nos empoderamos informando"⁶⁵ Y en su descripción se define como una organización sin fines de lucro. Tienen un *blog* y las nuevas entradas son compartidas en el perfil. Hace convocatorias a eventos, marchas, y acciones colectivas del feminismo español. Comparte noticias de violencias y abusos sexuales, biografías de escritoras feministas y sus ideas. Se posiciona en contra del alquiler de vientres, la prostitución y la pornografía; expone

⁶¹ ídem

⁶² Facebook, Paro Internacional de Mujeres (s/f) [online] Recuperado de <https://www.facebook.com/ParoColectiva/about> (consulta 10/12/2020)

⁶³ ídem

⁶⁴ Facebook, Patrulla Feminista (s/f) [online] <https://www.facebook.com/patrullafeminista/about> (consulta: 10/12/2020)

⁶⁵ ídem

que el feminismo es un espacio hecho por y para las mujeres y bajo esta consigna excluye a las trans y travestis de la figura de mujer.

Plataforma Feminista d'Asturies es una página española con 6.416⁶⁶ seguidores, fue creada el 15 de septiembre de 2014, en su información pública un correo electrónico de contacto. Se define como una comunidad. Comparte denuncias sobre femicidios basándose en notas periodísticas de varios medios de comunicación. Convoca a diversidad de eventos como marchas y a “meriendas feministas”, charlas, foros y hace recomendaciones de lecturas feministas.

Question femenina es una página española que tiene 212.035⁶⁷ seguidores y fue creada el 18 de junio de 2016. En información se presenta como “activismo feminista” y en la descripción se definen como revista online en clave feminista. Comparte noticias sobre violencia de género, feminicidios y abusos, en su propio sitio web y de diferentes medios. Asimismo, difunde algunos memes y videos que satirizan productos de la industria cultural. Manifiesta respeto por el trabajo sexual, mas no por el alquiler de vientres, ni la pornografía. Publica notas sobre el amor propio, la sororidad, reflexiones sobre el amor romántico y realiza denuncias sobre la transfobia.

Red Feminismo la nacionalidad de esta página no está definida en la información que proporciona. Sin embargo, dado el tipo de información que comparte se puede inferir que es de origen español. Cuenta con 10.143⁶⁸ seguidores, fue creada el 22 de febrero de 2016. Se define como una comunidad, en su descripción señala: “Blog comunitario sobre feminismo ¿Quieres participar? Escríbenos.”⁶⁹ Incorpora en la sección de información el enlace a su *blog*⁷⁰. Comparte noticias de actualidad con reflexiones cortas de otras páginas y medios de comunicación, en su mayoría femicidios, abusos, desigualdades laborales, brecha salarial, acoso callejero. Así como también, logros y avances de las mujeres en el deporte, en la ciencia

⁶⁶Facebook. Plataforma Feminista d'Asturies (15/09/2015). [online] Recuperado de: <https://www.facebook.com/Plataforma-Feminista-dAsturies-301198876739977/about> (consulta: 10/12/2020)

⁶⁷Facebook. Question Femenina (18/07/2016). [nota] Recuperado de : <https://www.facebook.com/qfem.es/about> (consulta: 10/12/2020)

⁶⁸Facebook. Red Feminismo (22/02/2016). [online] Recuperado de: <https://www.facebook.com/RedFeminismo/about> (consulta: 10/12/2020)

⁶⁹Idem

⁷⁰Blog Red Feminista (s/f) [online] Recuperado de: <https://redfeminismo.wordpress.com/?fbclid=IwAR0swAnmmzYo9mYjsUrCqDcf9b7F9M2WiaTRt57qoAfsKeFoVkJFywAutZE> (consulta 10/12/2020)

y en el mercado laboral.

Tribuna Feminista es una página española que cuenta con 47.450⁷¹ seguidores, creada el 5 de febrero del 2015. Se presenta como “La revista de información que te cuenta lo que otros no creen importante”⁷² y está categorizada como un medio de comunicación y noticias. Tienen una página *web*⁷³ enlazada al perfil, desde donde comparte sus notas periodísticas relacionadas con femicidios y acoso sexual. Cuestiona las desigualdades económicas, científicas, artísticas, deportivas y audiovisuales a las que se encuentran expuestas las mujeres. Se posiciona en contra de la prostitución, el alquiler de vientres y la pornografía.

Contrato de lectura

En este apartado, nos interesa dar cuenta de las construcciones enunciativas y estrategias retóricas, que desarrollan las páginas que conforman el corpus del presente trabajo, con el objetivo de conocer de qué modo se expresan y se posicionan dentro del murmullo cacofónico de Facebook y por qué se configuran como interlocutoras válidas para los feminismos.

Se retoma a Eliseo Verón y su concepto de contrato de lectura, definido como la “relación entre un soporte y su lectura” (Verón, 1985, p. 02). Para entender el funcionamiento de este concepto, dicho autor explica que es necesario remitirse a la teoría de la enunciación y entender sus dos niveles: el del enunciado (aquello que se dice) y el de la enunciación (modalidades del decir). Finalmente agrega que “por el funcionamiento de la enunciación, un discurso construye una cierta imagen de aquel que habla (enunciador), una cierta imagen de aquél a quien se habla (destinatario) en consecuencia, un nexo entre estos “lugares” (Verón, 1985, p. 03). Si bien Verón desarrolla el funcionamiento del contrato específicamente en torno a los *massmedia* como sistemas de comunicación, lo que retomamos de esta propuesta será que el contrato existente, construye marcos de legibilidad, interpretación, sentidos y naturalización. (Conci, Urbina y Vanini, 2018) El autor expone tres categorías: discurso verdadero, pedagógico y de complicidad, los cuales abordaremos a continuación.

⁷¹Facebook Tribuna Feminista (s/f) [online] Recuperado de: <https://www.facebook.com/tribunafeminista/about> (consulta 16/12/2020)

⁷² ídem

⁷³ Página web Tribuna Feminista (s/f) [online] Recuperado de: <https://tribunafeminista.elplural.com/> (consulta: 16/12/2020)

Discurso verdadero: Feminismo en singular

Sobre la categoría “discurso verdadero” Verón indica que “el enunciador no modaliza lo que dice: produce informaciones sobre un registro impersonal. Este enunciador, que no disimula su propósito, tampoco interpela a su destinatario” (Verón, 1985, p.7). En esta categoría se pueden situar tres páginas de las analizadas: Tribuna Feminista, Nosotras Feminismo y Patrulla Feminista, en tanto observamos que configura su enunciación en nombre de “el feminismo” como teoría y como movimiento. A continuación se presentan algunos ejemplos:

El patriarcado sabe que su enemigo es el feminismo porque el feminismo sí tiene como objetivo destruir el sistema genérico y atacar los fundamentos patriarcales.⁷⁴

[...] Desde las ciencias sociales y el feminismo, no podemos callar ante la peligrosa propagación de ideas extremadamente reaccionarias y dañinas disfrazadas de respeto a la diversidad...⁷⁵

[...] El feminismo siempre ha luchado por la conquista de la esfera pública por parte de las mujeres: la incorporación al trabajo. La subrogación supone un paso atrás en este proceso, ya que se hace de la esfera privada un trabajo productivo [...]⁷⁶

La enunciadora que aparece en los ejemplos expuestos es impersonal, distante, y no invita a la reflexión o a la interacción por parte de sus enunciatarios/as. Delimita ante qué debe pronunciarse el feminismo como movimiento y cuáles son sus luchas. Los enunciados con esta modalidad discursiva se constituyen como fuentes de verdad, que revelan a sus seguidoras las tramas ocultas del sistema y el peligro que representa para la opresión de las mujeres, como se observa en los siguientes extractos, cuando hablan de “capitalismo” o “neoliberalismo patriarcal”:

El capitalismo está dando al patriarcado el discurso de la libertad. La idea del consentimiento.

⁷⁴Facebook. Tribuna Feminista, (9/06/2020) Pilar Aguilar Carrasco [online]Recuperado de: <https://www.facebook.com/tribunafeminista/posts/1681073852040761> (consulta: 30/08/2020)

⁷⁵Facebook. Patrulla Feminista, (27/06/2020) [posteo] Recuperado de: <https://www.facebook.com/patrullafeminista/posts/2682954028640064> (consulta: 30/08/2020)

⁷⁶Facebook. Nosotras Feminismo (s/f). Recuperado de: <https://www.facebook.com/FemNosotras/photos/a.1562513417096612/1609117425769544?type=3> (consulta: 25/03/2019)

La idea que la subordinación puede y debe ser entendida por la sociedad como un acto de libertad, cuando en realidad enmascara la opresión⁷⁷

Detrás de cada derecho que el Neoliberalismo Patriarcal defiende en favor de la libertad de las mujeres, existen siempre intereses económicos particulares y privilegios masculinos a perpetuar. Las actividades sustentadas sobre privilegios no deben ser reguladas en pro del lucro particular, sino abolidas en beneficio de la Humanidad.⁷⁸ Compartiendo la publicación del perfil Josmill Stuart

La forma en la que configuran su “verdad” como única también es a través de buscar cierta pureza del feminismo real versus por ejemplo el feminismo liberal que atenta contra el movimiento. Suelen poner en tela de juicio este discurso y a sus enunciadoras, a quienes nombran y descalifican de la siguiente manera:

[...] El feminismo liberal de la tercera ola no es más que el propio patriarcado tomando una forma más sutil, florida y rosa [...] ⁷⁹

Feminismo pop.

Feminismo que no incomoda.

Feminismo que no se implica.

¿Feminismo?⁸⁰

Ya ni se molestan en disimular la compra venta de un bebé. Directamente matan a la madre y se quedan con él. Pero según algunas teóricas del feminismo liberal no nos asesinan por nuestra capacidad reproductiva, ni nos violan por tener un sexo determinado. Judith Butler, Despentas y demás basura, nos podéis comer el coño en tres tiempos.⁸¹

En esta modalidad enunciativa, la imagen que se configura es la de un/a enunciatario/a

⁷⁷ Facebook. Tribuna Feminista (s/f) Recuperado de:
<https://www.facebook.com/tribunafeminista/posts/1066475033500649> (consulta: 09/07/2020)

⁷⁸ Facebook. Patrulla Feminista (07/01/2018) Recuperado de:
<https://www.facebook.com/patrullafeminista/posts/2208898442712294> (consulta: 14/02/2020)

⁷⁹ Facebook. Patrulla Feminista (07/06/2017) Recuperado de:
<https://www.facebook.com/patrullafeminista/posts/2118823915053081> (consulta: 26/07/2020)

⁸⁰ Facebook. Nosotras Feminismo (05/02/2018) Recuperado de:
<https://www.facebook.com/FemNosotras/posts/1971598702854746> (consulta: 13/01/2020)

⁸¹ Facebook. Nosotras Feminismo (07/04/2018) Recuperado de:
<https://www.facebook.com/FemNosotras/posts/2042703222410960> (consulta: 12/01/2020)

que entiende de lo que se está hablando, cuál es el debate y hacia quienes reaccionan con sus *posteos*⁸². Las publicaciones que se realizan en este tipo de páginas, se dan en función de debates ya instalados históricamente y no se realiza una contextualización al respecto, por el contrario hablan de eso directamente. Existe entonces una discusión previa que se potencia en las redes sociales pero que también está presente en diversos espacios incluyendo otros medios de comunicación y ámbitos académicos como ocurre en la siguiente publicación:

Que la prostitución haya llegado a considerarse un oficio es la gran falacia de los últimos tiempos, y que buena parte de la sociedad se la haya tragado a la flamenca, da buena cuenta de los sutiles mecanismos que usa el patriarcado a través de su establecimientos socioeconómico y cultural para inculcar sus mensajes de la forma más hábil y subliminal, hasta conseguir que calen en la población. Sólo quienes se dedican a leer e investigar, así como las mentes más despiertas pueden burlar este discurso trampa fabricado por las élites neoliberales⁸³.

En las publicaciones que tocan temas como la pornografía, el alquiler de vientres y el trabajo sexual o prostitución, lo hacen desde posturas que sólo dan lugar a polarizaciones, es decir a favor o en contra y no habilita lugares medios. Como ocurre en en los siguientes extractos:

Lara Alcázar, líder de FEMEN España, se estrena como firma en Tribuna Feminista con un artículo sobre el alquiler de vientres: El capitalismo brutal que trata nuestros cuerpos como parkímetros, donde poder estacionar sus intereses por dinero no va a arreglar nuestras desigualdades⁸⁴

Los vientres de alquiler son la explotación de los cuerpos de las mujeres y convierten en productos a los menores...”⁸⁵

[...] El porno feminista es un oxímoron, sí, pero no es solo eso: es también una estrategia de marketing muy efectiva que, en la práctica, ha resultado ser un caballo de Troya (uno de tantos) verdaderamente corrosivo [...]”⁸⁶

⁸² Posteos: cuando se hace referencia a “publicar entradas o artículos” en la web.

⁸³ Facebook. Nosotras Feminismo (14/02/2018) Recuperado de: <https://www.facebook.com/FemNosotras/posts/1982205651794051> (consulta: 23/04/2020)

⁸⁴ Facebook. Tribuna Feminista, (05/09/2016) Recuperado de: <https://www.facebook.com/tribunafeminista/posts/714141945400628> (consulta: 30/03/2020)

⁸⁵ Facebook. Patrulla Feminista (29/01/2020) Recuperado de: Facebook. <https://www.facebook.com/patrullafeminista/posts/2561598034108998> (consulta: 18/06/2020)

⁸⁶ Facebook. Patrulla Feminista (14/02/2018) Recuperado de: <https://www.facebook.com/patrullafeminista/posts/2036510336617773> (consulta: 19/06/2020)

Notamos que la teoría *queer*⁸⁷ es un aspecto importante en la disputa por el saber y se argumenta desde las incompatibilidades teóricas con el feminismo. Se advierte sobre este hecho a sus seguidoras/es como ocurre con una nota escrita por Laura Lecuona, publicada tanto en Patrulla Feminista, como en Tribuna Feminista donde cada una subraya distintos textuales en sus *posteos*.

Patrulla Feminista resalta:

Al negar la distinción feminista entre sexo y género, se está cambiando una teoría muy clara, coherente y con un gran poder explicativo por una doctrina que tergiversa los significados de las palabras, es contradictoria y, lejos de explicar nada, confunde todo [...] Pero, ojo, este nuevo activismo por la “identidad de género” no sólo es antifeminista y hasta cierto punto antigay, sino que muchas veces trivializa la experiencia de la misma gente transexual (por algo muchos transexuales se le oponen)⁸⁸

Se puede observar el punto en el que traza la diferencia, caracteriza al feminismo como una teoría “coherente” y con “gran poder explicativo” mientras que al activismo por la identidad de género lo califica de “contradictorio”, “confuso” e incluso de tergiversar términos, este tipo de militancia al negar la distinción entre sexo y género intenta “cambiar” la teoría feminista, por lo tanto son tildados de “antifeminista”.

Por su parte Tribuna Feminista destaca el siguiente textual de la nota:

Algunos jóvenes creen que la moderna teoría queer es más liberadora que el viejo feminismo. Les aseguro que no es así. Lean y, analicen, sean críticos y no se vayan con la finta...⁸⁹

En este ejemplo se puede notar que hay una preocupación por advertir a los/as jóvenes sobre “la moderna teoría *queer*” y si bien se les alienta a que “lean”, “analicen” y sean críticos/as, lo hacen después de afirmar que no hay nada de liberador.

⁸⁷ A grandes rasgos la Teoría *Queer* surge en la década de 1990 y parte de los estudios feministas y de la población LGBT (i.e. Lesbianas, Gays, Bisexuales y Transexuales). Intenta romper con la idea de una correspondencia total entre el sexo biológico y la identidad sexual y evitar la patologización de quienes no encaja con el modelo hombre/mujer heterosexual. Recuperado de: http://www.espolea.org/uploads/8/7/2/7/8727772/6.ddt-abcqueer_final.pdf (consulta: 19/06/2020)

⁸⁸ Facebook. Patrulla Feminista, (28/03/2019) Recuperado de: <https://www.facebook.com/2033038463631627/posts/2295620344040103/> (consulta: 15/03/2020)

⁸⁹ Facebook. Tribuna Feminista, (28/03/2019) Recuperado de: <https://www.facebook.com/tribunafeminista/posts/1309053965909420> (consulta: 19/03/2020)

En síntesis las páginas se posicionan desde la verdad al remarcar que existe un único feminismo que debe seguir ciertas pautas, en este sentido se remarcen las distancias teóricas sobre otras corrientes de pensamiento; denuncian ciertos aspectos de la comercialización de los cuerpos de las mujeres como la comercialización a través del trabajo sexual, el alquiler de vientres o la pornografía. Notamos que la forma en la que construyen sus publicaciones se dirige a una destinataria que supone posee sus mismos conocimientos y no invita a la opinión o al debate, por lo tanto, la comunicación suele ser unidireccional.

Pedagógico: Feminismos y el saber

La segunda categoría de páginas se enmarca en el “enunciado pedagógico”. En esta categoría se construye un “nosotras”/“ustedes”, caracterizado por ser dos partes desiguales, una que “aconseja, informa, propone, advierte, y la otra que no sabe y es definida como destinatario puramente receptivo, o más o menos pasivo” (Verón, 1985, p. 7)

Al analizar los contenidos publicados por Lola (única página que se puede incluir en esta categoría) se observa que comparte cápsulas audiovisuales cortas (entre cinco y diez minutos como máximo) donde se explican ciertas temáticas sobre el feminismo. Propone a su audiencia despejar dudas incluso teóricas, a través de un lenguaje fácil y rápido: “Amigas, hoy vamos a explicar algunas palabras en inglés que suelen usarse en muchas conversaciones sobre feminismo, un pequeño glosario feminista”⁹⁰

Si bien refieren a su audiencia como “amigas” luego al continuar el video la presentadora Betriz Serrano, señala: “A través de las redes sociales nos hemos dado cuenta, que vosotras, nuestras lectoras, nos hacéis preguntas sobre qué significan algunas palabras sobre todo aquellas que son en inglés” (Lola, 2019). Durante los cuatro minutos del video, explican el significado de algunos términos, como por ejemplo: “*ageism*”⁹¹, “*body shaming*”⁹², “*bropropriation*”⁹³ y “*rape culture*”⁹⁴, entre otros. La conductora aclara:

⁹⁰Facebook. Lola. (01/03/2018) Recuperado de: <https://www.facebook.com/watch/?v=1895252867431272> (consulta: 30/03/2020)

⁹¹Discriminación por edad. (s/f). [online] Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Discriminaci3n_por_edad (consulta: 10/11/2020)

⁹²Refiere al sentimiento de Vergüenza por tu propio cuerpo. Recuperado de: <https://www.nacionrex.com/girl-power/body-shaming-que-es-significado-espanol-como-identificarlo-20180414-0009.html> (consulta: 11/11/2020)

⁹³Significa cuando un varón toma crédito por la idea de una mujer. Recuperado de: <https://generoytrabajo.com/2019/01/21/diccionariomicromachismos/> (consulta:10/11/2020)

⁹⁴Cultura de la violación (s/f) Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Cultura_de_la_violaci3n (consulta:

[...] estos conceptos te pueden ayudar a entender mucho más cuando hablamos de machismo, pero no son los únicos, en nuestro glosario feminista para principiantes, que por cierto dejamos el link en la descripción del video, puedes encontrar más conceptos para seguir aprendiendo.⁹⁵

Las/os seguidoras/es de esta página en este video son descritas/os como “principiantes”, quienes consultan a esta página como centro de saber, ya que a través de las redes sociales piden información, y de esta forma la relación se consolida como desigual.

Otro ejemplo lo encontramos en “Micromachismos que se pueden dar en pareja”: “Amigos y amigas hoy vamos a comentar 24 actitudes micromachistas que pueden darse en una pareja”⁹⁶. Los videos y los *posteos* de la página en general están atravesados por el humor, la estética es simple, la presentadora hablando a cámara con subtítulos y algunos textos insertados.

Tal como lo dice el título explica de qué forma se presentan los micromachismos en la pareja, utilizan cuantificaciones para referir a los puntos en los hacen hincapié, “veinticuatro actitudes”. Primero explica qué es el machismo cotidiano y lo va ejemplificando; “Que el hombre diga que el ayuda en el hogar como si fuera un invitado especial en su propia casa, donde tendría que estar haciendo el 50% de las tareas”⁹⁷, otro de los ejemplos que mencionan: “que el hombre apele a su ignorancia sobre alguna tarea doméstica que no le apetece hacer y que diga que tú lo haces mejor siempre”,⁹⁸ en esta línea la página va enumerando y explicando el funcionamiento de los micromachismos a lo largo de todo el video, donde se prioriza que el enunciario/a pueda repensar y cuestionar acciones cotidianas. Este esquema se reproduce en varios videos de la página, la enumeración es una característica que se repite⁹⁹.

Así como también cuestionar algunos temas que han sido instalados en el sentido común (según la página) “Todo lo que nos han enseñado sobre la virginidad es MENTIRA”¹⁰⁰. En el video explican qué es lo que está instalado en el imaginario colectivo sobre la virginidad

20/11/2020)

⁹⁵Facebook. Lola. (01/01/2019) [Video] Recuperado de:

<https://www.facebook.com/watch/?v=2072059926222304> (consulta: 17/09/2020)

⁹⁶Facebook, Lola (14/06/2018) [video] Recuperado de:

<https://www.facebook.com/1644111839212044/videos/1950402711916287> (consulta 12/09/2020)

⁹⁷ ídem

⁹⁸ ídem.

⁹⁹ Por mencionar otros ejemplos; “12 datos que demuestran la brecha salarial”, “Desmontamos 4 mitos sobre la penetración”, “5 cosas que dicen los tíos sobre el feminismo”, “16 curiosidades históricas sobre la regla”, entre otros.

¹⁰⁰ ídem

y por qué es mentira. También ocurre en el *posteo* sobre el acoso callejero donde colocan: “No son piropos, es acoso, y vamos a empezar a llamarlo por su nombre”¹⁰¹, parten de la explicación sobre lo que significa un piropo hasta llegar a argumentar de qué forma afecta a las mujeres y como es una forma de desigualdad en el espacio público.

Lola entonces, se presenta como un espacio para aprender donde el saber está del lado de la enunciativa a través de un lenguaje simple explican numerosas temáticas a sus audiencias, si bien su tono no es solemne, ni formal, tampoco colocan a sus audiencias en un rango horizontal, ya que siempre remarcan que el saber está en las publicaciones de Lola.

Complicidad: Feminismos cooperativos

El tercer grupo denominado según el autor como complicidad, se define por un/a enunciatador/a que se dirige a un/a receptor/a que se escenifica con un “nosotros/as” (Verón, 1985). Hay una preponderancia de ser feministas como identidad. En esta categoría encontramos ocho páginas (Antiprincesas/Chirimbote, Asociación Estudiantil Femenina del Perú, La Purita Carne, Mujeres que no fueron tapa, Question Femenina, Paro Internacional Mujeres- Perú, Plataforma Feminista d’Asturies y Red Feminismo).

¡En nuestras cuerpas sólo decidimos nosotras!

Ni el Estado, la Sociedad y menos la Iglesia debe intervenir.

#AbortoLegal, Libre y Gratuito. 🔥💛💜¹⁰²

En estas páginas están al tanto de los sucesos de la agenda pública para leerlos en clave de género, con un tono propositivo, que busca encontrar en su vínculo con el/la enunciatario/a, como se mencionó hay una creación de un “nosotras”, se proponen diversidad de opiniones, ya que sus propias posturas se muestran abiertas:

¿No están hartas de que nos traten así? ¿De que el chiste seamos nosotras y nuestros cuerpos?

¿De qué manera intervenimos? Les leemos.¹⁰³

Hay una preocupación por saber qué pasa del otro lado de la pantalla, conocer la forma

¹⁰¹ Facebook. Lola (03/05/2018) “el piropo es una forma de acoso callejero” Recuperado de: <https://www.facebook.com/1644111839212044/videos/1929027347387157> (consulta 17/09/2020)

¹⁰² Facebook, La Purita Carne (06/05/2018) Recuperado de: <https://www.facebook.com/lapuritacarne/posts/950339531796673> (Consulta: 17/09/2020)

¹⁰³ Facebook. Mujeres que fueron tapa. (30/03/2020) [Video] Recuperado de: <https://www.facebook.com/mujeresquenofuerontapa/> (consulta: 10/10/2020)

en la que sus seguidoras/es piensan de diferentes temáticas, “les leemos”, del ejemplo anterior muestra una escucha, además el vínculo se construye de forma horizontal, “¿De qué manera intervenimos?” se invita a proponer ideas, toda la audiencia es invitada a opinar. La Plataforma Feminista d’Asturies comparte un artículo titulado “Se puede ser feminista y de derechas?”, incluye un comentario que dice: “¿y tú qué opinas?”¹⁰⁴

Question Femenina apela a la infancia y a las prácticas similares que pueden compartir con sus seguidoras:

¿Cuántas de nosotras llenamos este álbum de #Panini en nuestra más tierna infancia? Las más jóvenes no habéis tenido que pasar por esto, pero os meten la misma mierda de otras muchas maneras, aunque quizá no de forma tan descarada.¹⁰⁵

Las páginas enmarcadas en esta categoría reconocen y visibilizan los logros de mujeres en áreas donde aún son poco representadas como la ciencia y el deporte. Durante la época de confinamiento por el brote de COVID-19, se reconoce la labor de las trabajadoras de limpieza del sector de salud, en su mayoría mujeres: “Nosotras os tenemos muy presentes y queremos agradeceros vuestro fundamental trabajo. Gracias”¹⁰⁶

Desde Antiprincesas/Chirimbote se apela a un “nosotras” que comparte desigualdades en relación al cuidado, y la sobrecarga de trabajos que sufren las mujeres: “[...]Seamos madres solteras o convivientes, todo el trabajo recae en nosotras, quitando nuestro espacio fundamental para el ocio, la creatividad o el estudio.[...]”¹⁰⁷

En estos reconocimientos se sigue apelando a un nosotras, el trabajo de las mujeres es visto como un logro colectivo, así como la denuncia a las desigualdades e injusticias. La militancia y el ciberfeminismo no queda de lado, se hace hincapié en una misma lucha que integra a todas las mujeres: Paró internacional de Mujeres-Perú : “ABRE LOS OJOS Y TOMA CONCIENCIA! ¡TU LUCHA ES MI LUCHA!”¹⁰⁸

¹⁰⁴ Facebook, Plataforma Feminista d’Asturies (11/05/2016) Recuperado de : https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=512383795621483&id=301198876739977 (consulta 15/06/2020)

¹⁰⁵ Facebook, Question Femenina (10/07/2020) Recuperado de: <https://www.facebook.com/qfem.es/posts/3650488244968057> (Consulta 15/6/2020)

¹⁰⁶ Facebook, Plataforma d’Asturies (26/03/2020) Recuperado de: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1347094405483747&id=301198876739977 (consulta: 20/6/2020)

¹⁰⁷ Facebook, Antiprincesas/Chirimbote (13 de mayo de 2020) Recuperado de: <https://www.facebook.com/editorialchirimbote/posts/2980344695361565> (consulta: 20/06/2020)

¹⁰⁸ Facebook, Paro Internacional de Mujeres- Perú (22/06/2020) <https://www.facebook.com/ParoColectiva/posts/900834637064564> (consulta: 20/06/2020)

Por su parte Red Feminismo sobre el caso de dos femicidios comparte: “Vosotras descansad en paz, que nosotras nos encargaremos de luchar para que esto no vuelva a pasar #NiUnaMenos.”¹⁰⁹

Se publican mensajes que buscan fomentar el apoyo entre mujeres, así como recordar aquellas que hicieron historia:

Que siempre prime en nuestras vidas el principio de solidaridad y respeto con las otras. La hermandad que Marcela Lagarde acuña como "Sororidad" [...] ¹¹⁰

Hoy hace 28 años nos quitaron a María Elena, cuando estaba aún llena de vida, fuerza y sueños. Acá estamos, compañera, para seguir persiguiendo tu anhelo de tener un país más justo 🇵🇪💪
¡María Elena, presente! 💙 Del muro de Heroínas Peruanas. ¹¹¹

En líneas generales a través de este recorrido, podemos observar que como advierte Verón (1985) es una relación horizontal, hay diálogo, se apela a quien está del otro lado y prima una construcción de un nosotras que busca generar alianzas y comunidad.

Reconocer la relación entre las páginas y las audiencias, comprender de qué manera se expresan e identificar sus posicionamientos ante diversas temáticas, nos permite poder adentrarnos en las publicaciones que componen el corpus de este análisis, lo cual haremos en el próximo capítulo.

¹⁰⁹ Facebook, Red Feminismo (03/03/2016) Recuperado de <https://www.facebook.com/RedFeminismo/posts/193094977725030> (Consulta 19/06/2020)

¹¹⁰ Facebook, Plataforma Feminista d' Asturias (05/7/2020) Recuperado de: Facebook. https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1432095766983610&id=301198876739977

¹¹¹ Facebook. Asociación Estudiantil Femenina del Perú (16/02/2020) Recuperado de <https://www.facebook.com/AsociacionFemeninaEstudiantilDelPeru/posts/3144616292223607> : (consulta: 19/06/2020)

Capítulo 3: Violencia contra la mujer perspectivas feministas en Facebook

Como hemos apuntado hasta aquí, las páginas feministas que se analizan en este trabajo, establecen un contrato de lectura con sus seguidoras bajo las tres modalidades (discurso verdadero, pedagógico y de complicidad) expuestas por Eliseo Verón (1985). A partir de las publicaciones realizadas en Facebook por las trece páginas que conforman el corpus, se indagan los códigos hipotéticos propuestos por Stuart Hall para identificar formas del discurso adoptadas y posicionamientos frente al evento. Estas categorías nos permiten organizar el material y adentrarnos en la forma en la que se estructuran sus discursos, para rastrear recurrencias y profundizar el análisis.

En este capítulo se analiza las recurrencias de términos como cuerpo, capitalismo y patriarcado, que serán analizados a partir de lo expuesto por Michael Foucault en la formación de los objetos y sus “superficies de emergencia” (1969). Asimismo se retoma el abordaje propuesto por Silvia Federici (2014) sobre la relación intrínseca entre cuerpo y capitalismo. Más adelante, se despliegan las definiciones que recaen sobre las *misses* como voceras de la violencia contra la mujer, que son analizados a partir de los conceptos “tontas” y “víctimas” culturales de Carolina Spataro y Carolina Justo Von Lurzer (2015), en esta misma línea retomamos la noción de “agencia” expuesta por Sherry Ortner (2006) y su relación con el poder. Se indagan cuestiones referentes al cuerpo desde las conceptualizaciones de Judith Butler (2007) quien además se pregunta por la representación del sujeto “mujer”.

Por último, analizamos las tensiones que atraviesan todo el corpus y que se presentan a través de dos posicionamientos antagónicos: la de quienes rechazan la visibilización de la violencia por razones de género en el certamen por entender este espacio como un centro de opresión a la mujer. Y la posición de quienes priorizan la denuncia pública y la concientización respecto a esta problemática aprovechando el alcance y masividad del programa.

¿Un concurso de belleza feminista?

En el presente apartado se toman las nociones de Stuart Hall (1983) para poder analizar el proceso de comunicación que se identifica en este corpus. Lejos de ser algo lineal, esta

estructura está sostenida por momentos distintivos como son la producción, circulación, distribución/consumo y reproducción, que se articulan por medio de prácticas interconectadas, pero diferentes. Bajo estos lineamientos, el intercambio comunicativo es un proceso de producción, donde el producto debe ser distribuido a diferentes públicos, para que estos lo transformen y conviertan en una práctica social y de esta forma el circuito resulte completo. El autor menciona tres códigos: dominante, negociado y de oposición, que desarrollaremos más adelante (Hall, 1983).

La viralización del video en las redes sociales donde las participantes del *Miss Perú* denuncian la violencia contra la mujer, configura un lenguaje complejo donde está presente la comunicación hipermediática. (Scolari, 2008) El cambio de soporte (desde la televisión a las redes sociales) somete a este discurso a nuevas formas de significación, lo que implica, en términos de Hall, una codificación y decodificación nuevas. Estas herramientas analíticas del proceso comunicativo, distinguen niveles en los cuales las ideologías y los discursos se intersectan. No existe correspondencia estricta entre estos dos niveles, pero pueden ser relacionados (1983).

Las páginas de Facebook analizadas, decodifican el discurso dentro de sus lineamientos o posturas ideológicas, que pueden encuadrarse o no en la misma línea propuesta por el *Miss Perú*. Esto expone a la decodificación como un campo infinito de prácticas que se pueden dar en cualquier momento posterior a la codificación y se circunscribe dentro del entramado del mensaje que lo precede, independientemente de sus distancias estructurales o el soporte donde se transforme (Hall, 1983).

En palabras de Hall: “debemos pensar, entonces, en las articulaciones variables en las que la codificación/decodificación pueden ser combinadas [...]” (1983, p.13) Para ello, plantea tres códigos hipotéticos posicionales que evidencian el desfase entre codificación y decodificación. Esta simetría/asimetría que se da entre el discurso planteado a través de la transmisión televisiva del certamen de belleza *Miss Perú* y las “estructuras significativas” sobre el mismo evento que publican las administradoras de las páginas feministas en Facebook, son las que permiten ubicarlas dentro de las categorías expuestas por Hall.

El primer código posicional es el hegemónico-dominante, ocurre cuando el mensaje es decodificado de forma completa y directa, es decir en términos de referencia en el cual ha sido

codificado. Es el caso de la “comunicación perfectamente transparente” o al menos lo más transparente que se pueda obtener en la práctica (Hall, 1983). Este tipo de código se encuentra en tres de las publicaciones analizadas: Plataforma Feminista d’Asturies, Lola y La Asociación Femenina Estudiantil del Perú.

El código posicional dominante en el que se identifican las tres páginas expuestas, se puede observar cuando se expresan en los mismos códigos del certamen: “Han denunciado las medidas” o “Mis medidas son los feminicidios”. Las publicaciones reproducen las consignas propuestas por los/as organizadores/as del Miss Perú, se advierte una identificación enunciativa al replicar exactamente los mismos términos como detallaremos a continuación. Estas tres páginas eligen publicar el video del desfile donde las participantes hacen las denuncias de las cifras del departamento al que representan.

La página Plataforma Feminista d’Asturies¹¹² comparte un vídeo subtítulo de la cuenta del diario El Universo¹¹³ en YouTube donde se expresa: “Mis medidas son: 13 mil niñas sufren abuso en nuestro país”. Resalta lo acontecido y hace hincapié en las cifras mencionadas y remarca que no son sólo números sino vidas: “Escalofrantes las vidas que hay detrás de esas cifras”. Califica la iniciativa como “estupenda” y “rompedora”.

El video elegido, hace un breve recuento de lo que sucede, la música que lo acompaña es emotiva, compila la intervención de once de las veintitrés participantes. La expresión de la mujer que queda en la miniatura¹¹⁴ de Facebook es seria, connota un involucramiento por la causa y la forma de denuncia adoptada.

¹¹²Facebook, Plataforma d’Asturies (01/11/2017)

Recuperado de: <https://www.facebook.com/buzzfeedlola/videos/1835319053424654> (consulta: 02/11/2019)

¹¹³ El Universal (31/10/2017) Concurso Miss Perú, tribuna de denuncia contra la violencia a la mujer [video]
Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=TDXhqib_geU&feature=youtu.be&fbclid=IwAR1-2RqhuptLsQjU0vSz0E7741UoOZNlmzJOFvSA5Av8xjMqQcxT6VCau3M. (consulta 01/11/2019)

¹¹⁴ Las miniaturas de videos permiten que los usuarios vean una instantánea o fotograma de los videos mientras exploran YouTube. Recuperado de: <https://support.google.com/youtube/answer/72431?hl=es-419#:~:text=Las%20miniaturas%20de%20videos%20permiten,autom%C3%A1ticamente%20o%20subir%20una%20propia>.



Facebook, Plataforma Feminista d'Asturies, 01/11/2017 [Captura de pantalla]¹¹⁵

La página Lola¹¹⁶ también decide seleccionar para su publicación un video del desfile acompañado por subtítulos (la edición es realizada por la página, ya que al final coloca su isologotipo, mantiene el audio original del programa de televisión y no incluye música de fondo, en el montaje se suprime la presentación de las candidatas, para pasar solo al “mis medidas son” seguido de la cifra) y un zócalo superior que informa: “Las concursantes del certamen *Miss Perú*, han denunciado las “medidas” de la violencia machista”. En la publicación que acompaña el video, elige incluirse en la consigna “mis medidas son”, y se dirigen al resto de las mujeres como “hermanas”, acto que puede connotar sororidad: “Mis medidas son los feminicidios, las violaciones y los abusos a todas mis hermanas”.

¹¹⁵ Ídem

¹¹⁶ Facebook, Lola (31/10/2019) *Las medidas de Miss Perú*.

Recuperado de <https://www.facebook.com/buzzfeedlola/videos/1835319053424654> (consulta 02/11/2019)



Facebook, Lola 21/10/2017 [Captura de pantalla]¹¹⁷

Por último, La Asociación Femenina Estudiantil del Perú¹¹⁸ toma el mismo *posteo* de Lola (video y texto incluido), se observa que no hay intención de distanciarse de lo escrito por la página original de publicación, donde se reivindica la denuncia. El texto que acompaña dice: “nuestro Perú”, que connota pertenencia y continúa con unas comillas en “estándares de belleza” lo que puede remitir a múltiples sentidos, sin embargo, como se comparte la publicación completa de Lola se decide dejarla clasificada bajo este código.

¹¹⁷ ídem

¹¹⁸ Facebook, La Asociación Femenina Estudiantil del Perú (01/11/2017) recuperado de: <https://www.facebook.com/AsociacionFemeninaEstudiantilDelPeru> (consulta 10/11/2019)



Facebook, Asociación Femenina Estudiantil del Perú, 01/11/2017 [captura de pantalla]¹²⁰

Las páginas categorizadas como hegemónicas, no comparten los *hashtags* propuestos dentro de la conversación en redes, igualmente mantienen afinidad, tienen en común la característica de cercanía, es decir, se involucran en el mensaje y demuestran empatía.

La fragmentación de información que deciden hacer las administradoras de las páginas de Facebook, es notoria, ya que el programa televisivo dura más de dos horas y está conformado por varias secciones propias del certamen.¹²¹ Sin embargo, en las redes sociales solo se usa la parte donde las reinas toman la palabra y sorprenden a la audiencia cambiando su discurso por uno no convencional en estos espacios.

El siguiente grupo de páginas está ubicado en el código oposicional, donde es posible para el receptor entender tanto la inflexión connotativa como la literal a partir un discurso, pero decodifica el mensaje de una forma globalmente contraria. Se destotaliza lo narrado en el

¹¹⁹ Facebook, Asociación Femenina Estudiantil del Perú (01/11/2017) Recuperado de <https://www.facebook.com/AsociacionFemeninaEstudiantilDelPeru/posts/1840853282599921> (consulta: 10/11/2019)

¹²⁰ Ídem

¹²¹ Desfile inicial, primera ronda de eliminación donde se pasa de veintitrés candidatas a trece, desfile de traje de baño, el desfile en vestido de gala, ronda de preguntas por los/as evaluadores/as y definición de la ganadora.

código preferencial para retotalizarlo dentro de algunos marcos de referencia alternativos (Hall, 1983).

Esta forma de decodificación se encuentra en las publicaciones que están en contra de lo acontecido en la noche del *Miss Perú*. Quienes asumen este código se caracterizan por poseer una argumentación cargada de conceptos teóricos y exponen un análisis más exhaustivo del evento, por ello algunas lo hacen a través de notas de opinión, que comparten en sus perfiles de Facebook. Este código está presente en las siguientes páginas: Paro Internacional de Mujeres- Perú, Nosotras Feminismo, Barbi Japuta, Patrulla Feminista y Tribuna Feminista.

La página Paro Internacional de mujeres-Perú¹²², publica una pieza gráfica, la cual no aclara si es de producción propia, aunque sí tiene la firma del autor/a. En ella se ubica a una mujer andina en caricatura, delante de todas las participantes, con un globo de texto en el que se imprime un mensaje escrito. Existen varios aspectos que muestran el código oposicional: la expresión de la mujer dibujada es seria, opuesta a las participantes, que se ven sonrientes atrás. La vestimenta se contrapone, las *misses* en la escena seleccionada están vestidas todas iguales con vestidos dorados, cortos y sin mangas. Mientras que la mujer dibujada posee otro atuendo, sombrero, chaqueta de lana y falda larga, lo cual remite al traje típico de las mujeres indígenas.

Todas estas cuestiones juntas destacan la figura de la mujer andina, sobre el resto de las reinas. Esto puede connotar la falta de representación de las indígenas y campesinas del Perú en los medios de comunicación. También la visibilización de cuestiones importantes para las administradoras de la página, que no mencionaron durante el certamen, como las 272.000¹²³ esterilizaciones forzadas que se hicieron bajo el gobierno de Fujimori. Además la seriedad de su rostro, permite interpretar, que existe banalización en la decisión de los/as organizadores/as del concurso.

En el texto que redactan se exige coherencia, ya que no es posible asumir la lucha feminista “a medias” y tampoco debería ser usado como una forma de publicidad para conseguir un beneficio exclusivamente económico. Se cuestiona entonces, el espacio donde

¹²²Facebook, Paró Internacional de mujeres-Perú (01/11/2017)

Recuperado de: <https://www.facebook.com/ParoColectiva/posts/310295896118444> (consulta: 10/0/2019)

¹²³Quipu-Projet (s/f) Recuperado de: <https://interactive.quipu-project.com/#/en/quipu/intro> (consulta. 02/12/2019)

esta acción es llevada a cabo.



Facebook, Para Internacional de Mujeres-Perú (01/11/2017) [captura de pantalla]¹²⁴

La página Nosotras Feminismo¹²⁵, tiene una estrategia similar a la anterior, es decir, se elabora una pieza gráfica en la que se toma imágenes del certamen original y se interviene con herramientas de edición; de esta forma sobre la cara de una participante se coloca un mensaje escrito, con un fondo de color violeta lo que permite que las letras se puedan observar primero, también lo acompañan signos de exclamación. El mensaje escrito dice: “El neoliberalismo tiene

¹²⁴ Ídem

¹²⁵ Facebook, Nosotras Feminismo (01/11/2017)

Recuperado de: <https://www.facebook.com/FemNosotras/posts/1867024036645547> (consulta 10/11/2019)

el poder de hacerte creer que el empoderamiento femenino es una señora que viste y actúa bajo el deseo varonil. Vale con tener a mano un puñado de femicidios y recitarlos”. Con la frase “hacerte creer” la página deja entrever que es a otras/os a quienes el neoliberalismo les impone creencias sobre el empoderamiento femenino ya que no hay una construcción de un “nosotras”. En este sentido se distancia y advierte a sus seguidoras sobre el engaño.



Facebook, Nosotras Feminismo (01/11/2017) [captura de pantalla]¹²⁶

Barbi Japuta, Patrulla Feminista y Tribuna Feminista comparten sus opiniones a través de notas más extensas y dejan los enlaces en las publicaciones de Facebook para que sus seguidoras/es puedan ingresar a los portales (*blogs* propios o diarios digitales). Ahondan en modelos políticos y económicos, señalados como responsables de la explotación de las mujeres. A continuación detallaremos las particularidades de cada página:

En el caso de Patrulla Feminista¹²⁷, comparte en el 2018 a través de Facebook la nota escrita en su *blog* sobre *Miss Perú* en noviembre de 2017. Con una aclaración en donde menciona que fue elaborada con anterioridad y sirve para reflexionar sobre otro acontecimiento. Por esta razón sólo tomaremos lo escrito exclusivamente en la nota y no en el

¹²⁶ ídem

¹²⁷ Facebook, Patrulla Feminista (01/11/2017) recuperado de:
<https://www.facebook.com/patrullafeminista/posts/2041515886117218> (consulta 10/11/2019)

posteo de Facebook.

En este sentido, se extrae el siguiente textual:

[...]A simple vista, podríamos pensar que se trata de una estrategia feminista, pero como bien citamos arriba, son las coartadas que usa el patriarcado precisamente para negar la opresión del género. Analicémoslo detenidamente. El concurso de belleza es una estrategia de consentimiento, son las propias mujeres las que acceden voluntariamente a los mandatos patriarcales (cánones de belleza, sexualización, juventud, feminidad), en ningún caso es una herramienta que dé poder a las mujeres, todo lo contrario, beneficia al patriarcado otorgándole un rostro amable[...]¹²⁸

La nota explica algunas luchas del feminismo y cómo el patriarcado ha usado el consentimiento como forma de legitimar y reproducir las desigualdades entre las mujeres y los varones. En este caso, menciona al certamen como una de esas estrategias “El concurso de belleza es una estrategia de consentimiento”, la iniciativa es vista como un engaño, ya que “le otorga un rostro amable” a los mandatos patriarcales, los cuales enumera como “cánones de belleza, sexualización, juventud, feminidad”. Se puede inferir que al decir frases como “A simple vista, podríamos pensar que se trata de una estrategia feminista, pero...” hay una intención de mostrar aquello que está oculto bajo la forma de una estrategia feminista. Finalmente, en la imagen que se publica con la nota aparece una mujer corriendo la piel de su rostro que connota a la mujer atrapada en su propia opresión.

¹²⁸ Patrulla Feminista, (02/11/2017) *Patriarcado con piel de feminismo* [online] Recuperado de: https://patrullafeminista.blogspot.com/2017/11/patriarcado-con-piel-de-feminismo_2.html (consulta 10/11/2019)



Facebook, Patrulla Feminista (24/02/2018) [captura de pantalla]

Barbi Japuta, deja el enlace para acceder a su nota de opinión, sin antes advertir que ha escrito y que espera “no cortar tanto el rollo”¹²⁹. A modo de ejemplo un extracto de la nota:

Entre el público de un concurso de belleza es posible que encontremos a pocas mujeres con conciencia de género, ya que es imposible disfrutar de algo misógino siendo feminista. Y aquí viene mi duda sobre la efectividad de esta acción para esas mujeres que sí quieren ver dichos certámenes: ¿Dar cifras sobre violencia contra las mujeres es suficiente para despertar conciencias? ¿Acaso es un secreto que las niñas y mujeres son atacadas sexualmente? ¿Que a las mujeres se las mata? [...] Sin embargo, si en vez de dar esas cifras sin explicación alguna, cada una de las concursantes hubiera explicado con una sola frase por qué certámenes como este, están estrechamente relacionados con que nos maten, otro gallo hubiera cantado. Soy Miss Cuzco y salir en bañador para que unos señores juzguen si soy o no bella es machismo, y el machismo nos mata[...] ¹³⁰

¹²⁹ La página fue dada de baja, archivo propio.

¹³⁰ Barbi Japuta, (02/11/2017) *Las herramientas del amo no destruirán la casa del amo*. Recuperado de: https://www.eldiario.es/opinion/zona-critica/barbijaputa-miss-peru-2018_129_3087855.html (consulta 22/11/2019)

Barbi Japuta, desarma por completo el mensaje al cual tilda de incoherente y lo vuelve a interpretar con una mirada completamente contraria. La opinión de esta página remarca los errores en la estructuración del discurso codificado, argumenta que dar cifras de violencia sin contexto no tiene sentido para la causa feminista. En la nota, la autora brinda la forma “correcta” de hacerlo a través de diferentes ejemplos, donde deja en evidencia que son estos concursos los que están relacionados con las violencias basadas en género y los femicidios: “certámenes como este, están estrechamente relacionados con que nos maten”¹³¹. Por otro lado, no cree que esto pueda ser innovador o despertar conciencia en personas que no estén vinculadas con el feminismo. El certamen es visto como reproductor de lo establecido.



Facebook, Barbi Japuta (03/11/2017) [captura de pantalla]¹³²

Desde la página Tribuna Feminista¹³³ se coloca en el *posteo* de Facebook, un extracto de la nota que escribe en su página web. Se hace un análisis amplio, en donde se muestra con datos la cantidad de dinero que recauda la industria de la belleza, encasilla al certamen dentro de esta industria y por lo tanto menciona que cualquier iniciativa llevada a cabo por la

¹³¹ ídem

¹³² La publicación en Facebook fue dada de baja. Archivo propio.

¹³³ Facebook, Tribuna Feminista (05/11/2017) Recuperado de:
<https://www.facebook.com/tribunafeminista/posts/958207317660755> (consulta: 21/11/2019)

producción de este programa, es con fines económicos. A modo de ejemplo extraemos este fragmento:

[...] En otras palabras, la idea de belleza que manejamos es un componente más del sistema económico que nos rige, este es el capitalismo que marca e impone un modelo de belleza que está relacionado al poder que el dinero otorga [...]

[...]El sistema patriarcal siempre va a buscar la manera de naturalizar su existencia, no hay nada empoderante en desfilarse en bikini para entretener a los misóginos que luego nos violentan, nos comercializan, nos matan... no. [...] ¹³⁴

Como se observa en el ejemplo se le niega el carácter disruptivo al evento ya que “El sistema patriarcal siempre va a buscar la manera de naturalizar su existencia”, en este sentido el concurso es parte de esta forma de continuar reproduciendo al patriarcado. A esto se le suma un poder económico que impone a la sociedad sus propios valores, incluyendo la belleza, notamos que al colocar al poder económico en el centro del análisis, reduce todo lo acontecido como una maniobra publicitaria que le permita al certamen aumentar sus ganancias.

A modo de resumen las páginas con notas de opinión (Patrulla Feminista, Barbi Japuta, Tribuna Feminista) comparten una forma de argumentar bastante similar: los sistemas de dominación como el patriarcado o el neoliberalismo que velan la mirada crítica, queriendo aparentar algo que no son y que usan discursos como el feminismo para poder sacar algún provecho.

¹³⁴Lara Salvatierra, Tribuna Feminista,(06/11/2017) *El empoderamiento de la mujer según los lineamientos del feminismo*.Recuperado de: <https://tribunafeminista.elplural.com/2017/11/el-empoderamiento-de-la-mujer-segun-los-lineamientos-del-patriarcado/> (consulta: 21/11/2019)



Facebook, Tribuna Feminista (05/11/2020) [captura de pantalla]¹³⁵

En síntesis las páginas feministas en código de oposición, cuestionan la mercantilización de la imagen femenina y la apropiación de luchas feministas históricas. Presentan al patriarcado y al capitalismo como socios realizadores de entretenimiento masivo, que instalan en los cuerpos de las mujeres estereotipos incapaces de despertar conciencia. Notamos que la forma en la que confecciona sus *posteos* se diferencian de la categoría hegemónica ya que no replican el video viralizado, además todas las páginas comparten piezas gráficas o escriben notas propias. Por último tampoco se suman a la conversación propuesta en las redes a través de los *hashtags*, si bien hablan del fenómeno, lo hacen en sus propios términos.

El último código hipotético posicional que propone Hall, es el negociado que “[...]contiene una mezcla de elementos adaptativos y oposicionales: aprovecha la legitimidad de las definiciones hegemónicas para hacer las significaciones mayores (un resumen), al mismo tiempo, en un nivel más restringido o situado, fundamenta sus propias reglas opera con excepciones a la regla.” (Hall, 1983, p. 14)

En este código se ubican cinco de las trece páginas del corpus (Red Feminismo, Mujeres que no Fueron Tapa, Antiprincesas/Chirimbote, Question Femenina y La Purita Carne). Las

¹³⁵ Ídem

opiniones que emiten, invitan a pensar el fenómeno a sus comunidades, sin dejar de cuestionar la forma en la que las mujeres son expuestas en estos espacios con fines empresariales.

Notamos que tres páginas que incluimos dentro de esta categoría; Mujeres que no Fueron Tapa, Antiprincesas/Chirimbote y Red Feminismo, eligen el video del medio AJ+ Español¹³⁶ para sus publicaciones. Ampliaremos sus opiniones a continuación:

Antiprincesas/Chrimbote¹³⁷, junto con el video mencionado escribe un *posteo*, que inicia con una aclaración respecto a su posicionamiento: “Estamos en contra de los concursos de belleza ¡claro! pero que los hay los hay”¹³⁸, de alguna manera colocando un escudo ante el posible malentendido que la sitúe en una posición dominante/hegemónica, pero admite la existencia de estos concursos y al hablar sobre el hecho indica que le da importancia. Posteriormente la apelación a la frase “sin embargo” que deja entrever cierta valoración por la visibilización de la temática y rescata los datos que fueron expuestos. Su postura no se muestra concluyente.

¹³⁶Facebook, AJ español (01/11/2017) Las participantes del Miss Perú hicieron algo sorprendente [video] Recuperado de: https://m.facebook.com/watch/?v=1683712825014393&_rdr (consulta: 11/11/2019)

¹³⁷Facebook, Antiprincesas/Chrimbote (01/11/2017) Recuperado de: <https://www.facebook.com/page/878142868915102/search/?q=miss%20per%C3%BA> (consulta 20/11/2019)

¹³⁸ ídem



Facebook Antiprincesas/Chirimbote (01/11/2017) [captura de pantalla¹³⁹]

Mujeres que no fueron tapa¹⁴⁰ plantea una ambivalencia desde su lógica particular o situada, característica de los códigos negociados (Hall, 1981) invita a la audiencia a llegar a una nueva conclusión y apuesta a una construcción colectiva del conocimiento. Ante la duda, acude a sus seguidores/as para poder seguir reflexionando: “¿Nos ayudan a pensar?”¹⁴¹. Por otro lado, esta misma página, evidencia la contradicción que les produce ver mujeres cosificadas y bajo una esfera de violencia mediática y simbólica, pero a la vez les resulta bueno que se hable de violencia de género y se mencionen estas cifras en espacios no convencionales.

¹³⁹ Facebook, Antiprincesas/Chirimbote (01/11/2017) Recuperado de: <https://www.facebook.com/page/878142868915102/search/?q=miss%20per%C3%BA> (consulta 20/11/2019)

¹⁴⁰ Facebook, Mujeres que no fueron tapa, (31/10/2017) Recuperado de: <https://www.facebook.com/page/1582298968736147/search/?q=miss%20per%C3%BA> (consulta: 20/11/2019)

¹⁴¹ ídem



Facebook, Mujeres que no fueron tapa (31/10/2017) [captura de pantalla]¹⁴²

En el caso de Red Feminismo¹⁴³ sube el video acompañado de un texto, donde se expresa directamente un elemento de oposición al aclarar inicialmente que no están a favor de estas competencias, aunque no refieren específicamente por qué, ni ahondan en una argumentación más exhaustiva. Por otro lado, reconoce el valor de las mujeres peruanas al hacer la denuncia de forma pública. Se observa que comparte con el primer grupo (hegemónico/dominante), la empatía y sororidad, en sus palabras: “Todas podemos ser una cifra más”.¹⁴⁴

¹⁴² ídem

¹⁴³ Facebook , Red Feminismo (01/11/2017)

Recuperado de <https://www.facebook.com/page/187191814982013/search/?q=miss%20per%C3%BA> (consulta 20/11/2019)

¹⁴⁴ ídem



Facebook, Red Feminismo (01/11/2017) [captura de pantalla]¹⁴⁵

La página Question Femenina publica¹⁴⁶ un video de edición propia que dura seis minutos y donde se muestran a las veintitrés participantes presentando “sus medidas”. Inferimos que el video es de elaboración propia ya que tiene el isologotipo de la página y debajo acompañan con un *link* a una nota de la cual reproducimos aquí algunos fragmentos:

Por ello, tenemos el derecho y la obligación de ver en todo esto un debate para que cada cual lo vea a su modo. Histórico ha sido, importante también, sorprendente y hasta gratificante... Si lo piensas bien, te empieza a resultar indignante porque sabes que no va a ir más allá, que al final todo queda ahí y nos siguen matando [...] ¿Con qué te quedas? ¿Compromiso de género o capitalismo puro y duro? Lo mejor de leer las opiniones de estas dos mujeres, y de todas las mujeres (y hombres) que quieran opinar (es libre, señores y señoras, y si es con educación, mucho mejor), es que te sacas tu propia conclusión / opinión y, de paso, te aplicas el maravilloso

¹⁴⁵ ídem

¹⁴⁶ Facebook, Question Femenina (01/11/2017). recuperado de:
<https://www.facebook.com/qfem.es/videos/1882700075080225> Consulta (20/11/2019)

dicho de "Sumar en lugar de Enfrentar". (Question Femenina, 2017)¹⁴⁷

En este caso abre a la reflexión y propone una discusión frente a lo acontecido. Reconoce lo sorprendente de la iniciativa, pero acepta que cuando la piensan en profundidad les resulta indignante. Question Femenina manifiesta su propia discordancia sobre el *Miss Perú* y no cierra su nota con una postura acabada. También ejemplifica a través de dos feministas las discusiones enfrentadas que se pueden desprender de este certamen por una lado Barbi Japuta, (analizada en este trabajo) con una postura de oposición y otra de Alicia Murillo¹⁴⁸, quien tiene una mirada más hegemónica.



Facebook, Question Femenina (05/11/2017) [captura de pantalla]¹⁴⁹

La Purita Carne¹⁵⁰ elige para su publicación tres imágenes del programa televisivo, en

¹⁴⁷ Question Femenina, (05/11/2017) *Miss Perú 2018 Sumar en lugar de enfrentar* [online] Recuperado de: http://www.qfem.es/post/14372/miss-peru-2018-sumar-en-lugar-de-enfrentar?fbclid=IwAR1co9GXYHihVdEUuoZz1a_P7_TIF5Jo73FT4GhPoZKpE5UdOtO-mn8k59Y (consulta 25/11/2019)

¹⁴⁸ Actriz española y activista feminista. Publicó una nota en su blog personal titulada "Barbijaputa, todas somos misses" que difundió por la red social Twitter. Para ampliar: <https://aliciamurillo.com/2017/11/05/barbijaputa-todas-somos-misses/> (consulta 20/11/2019)

¹⁴⁹ ídem

¹⁵⁰ Facebook, La Purita Carne (29/10/2017) recuperado de: <https://www.facebook.com/page/107160949447873/search/?q=miss%20peru> (consulta: 25/11/2019)

los que se ven a distintas participantes desfilando en traje de baño dorado, mientras a un costado del escenario la cantante Leslie Shaw entona su balada pop “Siempre más fuerte”, en el fondo de la pasarela, se proyectan imágenes de diarios en donde aparecen mujeres golpeadas con titulares en letras gigantes. La Purita Carne fue la única página que decide elegir estas imágenes para su publicación, donde el discurso se amplía más allá del video viralizado.

Las preguntas que plantean son abiertas y dejan ver sus propios cuestionamientos, sin posicionarse en ninguno. La nota que comparten es del Diario “El comercio”¹⁵¹, donde se describe lo que sucedió, sin analizar demasiado. Los tres ejes mencionados se centran en la mercantilización, en la parodia (rasgos que se encontraron en el código de oposición) o en la Performance y activismo (vinculados con rasgos dominantes/hegemónicos). También puede connotar las contradicciones del propio programa, mujeres hegemónicamente bellas desfilan en trajes de baño, mientras de fondo se observan mujeres re victimizadas en los medios de comunicación.



Facebook, La Purita Carne (29/10/2017) [captura de pantalla]¹⁵²

¹⁵¹ El comercio (30/11/2017) *Miss Perú: candidatas dieron cifras de feminicidio* [online] Recuperado de: <https://elcomercio.pe/luces/moda/miss-peru-candidatas-cifras-violencia-presentacion-video-noticia-469719-noticia/> (consulta: 30/11/2019)

¹⁵² Ídem

En síntesis encontramos que, simultáneamente en este código, algunas páginas se inscriben en código negociado-dominante (Antiprincesas/Chirimbote y Red Feminista) y otras en negociado-oposición (Mujeres que no fueron tapa, Question femenina, La Purita Carne) lo que evidencia el carácter multiacentuado del signo, que en términos de Voloshinov es la capacidad del signo para permanecer vivo, móvil y capaz de evolucionar, es polisémico y puede producir múltiples sentidos. El signo mutó, se tradujo en imágenes, notas, videos y memes. (Voloshinov, 1992)

La difusión de las cifras de violencia de género del Perú habilitó, como se describió, la circulación discursiva de múltiples posicionamientos desde los feminismos, quienes a través de sus redes sociales analizaron las implicaciones de denunciar públicamente la violencia patriarcal en un programa de entretenimiento. Los recursos teóricos de Hall, nos permitieron identificar recurrencias enunciativas y observar las perspectivas que constituyeron sus argumentaciones en el debate público. A partir de esta clasificación, se ordenan las consideraciones expuestas en cada forma de decodificación particular para abordar los núcleos retóricos y referencias teóricas feministas que legitiman estas posturas.

Los sospechosos de siempre: capitalismo, patriarcado y medios masivos

Como hemos expuesto, los discursos de las páginas feministas que configuran su decodificación en código negociado y de oposición en términos de Hall (1983) establecen un vínculo casi lineal entre la explotación del cuerpo femenino, los certámenes de belleza y el sistema capitalista. Las críticas desde las páginas, señalan que existe un uso inapropiado del discurso de la violencia contra la mujer como estrategia para vender un programa de televisión.

Se pone en cuestión que una superficie *massmediática* esté dispuesta a convertir la violencia de género en una mercancía y se señala que es contradictorio ver a mujeres “cosificadas” exigiendo se conozcan las cifras de violencia de género del país, cuando ellas mismas están siendo víctimas de violencia. De ahí que las administradoras de algunas de las páginas consideren que la organización del Miss Perú se esta aprovechando del discurso feminista. Se habla de boicot, de subestimación de las feministas, y de interiorización de valores patriarcales por parte de las jóvenes que participan del certamen, además de que se cree que la iniciativa no va a tener ninguna repercusión concreta en la vida de las mujeres peruanas.

El discurso de la violencia contra la mujer, como se menciona en el primer capítulo, toma fuerza a partir de las movilizaciones del NUM y su posterior extensión en América Latina. Lo cual ha habilitado la aparición de discusiones sobre este tema en los medios masivos de comunicación, bajo distintas modalidades que pueden o no ser aceptadas desde distintos sectores del feminismo. En las publicaciones que se estudian, se observa que de las trece, diez hacen referencia al sistema patriarcal y algunas otras alusiones al sistema capitalista. Por otro lado se mencionan las contradicciones que genera la inclusión del discurso feminista en un concurso de belleza.

En consecuencia, para analizar los distintos campos en los que emerge el discurso de la violencia contra la mujer, se exponen algunas conceptualizaciones de Foucault (1969) respecto a la “formación de los objetos” y sus “superficies de aparición”. Para entender cómo se forman los objetos, dice el autor, antes que nada “hay que localizar esas superficies primeras de emergencia: mostrar donde pueden surgir para después ser designadas y analizadas según los grados de racionalización, los códigos conceptuales y los tipos de teoría recibirán un estatuto [...]” (Foucault, 1969, p.58) Estas “superficies” varían según la sociedad, época o formas del discurso, lo que implica nuevas superficies de aparición con normatividad propia.

De esta forma, la enorme repercusión que han tenido las demandas feministas en las calles ha significado la inevitable irrupción en una “nueva superficie de aparición”: los medios masivos de comunicación. Estos se encuentran necesariamente atravesados por la comunicación digital y los ciberfeminismos, los cuales usan las herramientas digitales para deconstruir la forma en la que se configuran los discursos de violencias basadas en género y su representación. Por lo tanto, esta “nueva superficie emergencia” que cuenta con normatividad propia, la convierte en objeto de señalamiento, descripción y análisis para el feminismo (Foucault, 1969).

El “objeto” violencia contra la mujer, que históricamente se puede localizar en las demandas de los movimientos feministas y que ha encontrado como “superficies de emergencia” campos como el activismo feminista, el académico y el legislativo, se desplaza a los medios masivos de comunicación donde es retomado por programas informativos, de noticias e incluso de entretenimiento.

Las publicaciones de las páginas, hacen referencia dentro de sus críticas al uso y exhibición del cuerpo femenino con intenciones económicas, propias del sistema capitalista. Esta conjunción de conceptos “capitalismo” y “cuerpo”, nos remiten a las ideas expuestas por Silvia Federici en el Calibán y la Bruja (2004), donde la autora identifica cómo activistas y teóricas feministas a lo largo de la historia han visto “el concepto de cuerpo como una clave para comprender las raíces del dominio masculino y la construcción de la identidad social femenina” (2004, p. 25). Pero sobre todo menciona el trabajo que han realizado las feministas en la revalorización del cuerpo que el dominio masculino ha sofocado, este paso es necesario para confrontar la negatividad histórica que acarrea la identificación de la feminidad. (Federici, 2004) En los ejemplos explorados encontramos que el cuerpo de la mujer también puede ser visto como resistencia al patriarcado y cómo explotación:

[...]¿por qué se nos escucha en ropa de baño y desfilando para una evaluación sobre nuestro físico, perpetuando de este modo estereotipos dañinos para niñas y mujeres?, porque no hablemos de la exhibición del cuerpo, las protestas feministas tienen el desnudo completo o del torso como uno de sus elementos, y de igual manera el cuestionamiento se ha ido a las formas en lugar de al mensaje[...] ¹⁵³

En este ejemplo, Paro Internacional de Mujeres-Perú cuestiona que los reclamos de las mujeres se escuchen en ciertos contextos y en otros no. En este caso cuerpos femeninos bajo ciertos estándares son celebrados, mientras que en una manifestación son estigmatizados.

¿Dónde están las *misses*?

Al indagar sobre los posicionamientos de las páginas, notamos que un rasgo recurrente en aquellas que se encuentran en oposición es que establecen una relación ineludible entre los reinados y las violencias contra las mujeres; por lo tanto la iniciativa del Miss Perú queda catalogada como contradictoria.

Tal como indica Carolina Spataro, respecto a los consumos de las industrias culturales, estas lecturas homogeneizadoras se hacen “sin advertir las contradicciones propias de este tipo de objetos, donde las regulaciones normativas en torno al género se rigidizan y flexibilizan a

¹⁵³Facebook (01/11/2019) Paro Internacional de Mujeres-Perú [posteo] recuperado de: <https://www.facebook.com/ParoColectiva/posts/310295896118444> (consultado: 02/12/2020)

la vez, incluso en un mismo producto cultural” (2013, p.11) Este mismo grupo de páginas intentan en sus publicaciones mostrar un mensaje que parece oculto y despertar una audiencia adormecida que necesita reflexionar para no ser persuadidos/as bajo operaciones engañosas que buscan obtener mayores ganancias económicas. Hay una preocupación por demostrar que ellas (las feministas) pueden ver algo que otras personas no.

Según lo relevado en el corpus tanto en los casos de una lectura negociada como en lo de oposición, el foco de la argumentación se coloca en el concurso y en los sistemas de opresión, ya que son vistos como los responsables de utilizar el discurso feminista como parte de una estrategia publicitaria. Notamos por lo tanto, que las participantes están ubicadas de forma periférica dentro de las opiniones y en esa línea nos interesa poder analizar los modos en las que son construidas discursivamente. En este sentido en las publicaciones se pueden vislumbrar cuatro formas de dirigirse a las *misses*:

1. La no-mención: no hay alusión a las reinas en términos concretos, ya que la opinión se centra en el certamen y en los/as organizadores/as del concurso, como los/as principales responsables de esta iniciativa. Tres páginas se inscriben en esta modalidad: La Purita Carne, Paro Internacional de Mujeres- Perú y Plataforma Feminista d’Asturies.

2. La descripción de la acción concreta: Lo que hacen y dicen las mujeres que compiten es expresado de forma acotada, se limitan a describir una acción: “las participantes dicen cifras de violencia en vez de sus medidas corporales”. No se agregan más referencias o significantes de interés que recaigan sobre su figura. Encontramos cuatro páginas en esta categoría: Mujeres que no Fueron Tapa, Antiprincesas/Chirimbote, la Asociación Femenina Estudiantil del Perú y Lola.

3. Tontas y víctimas:¹⁵⁴ se observa que los argumentos para referir a las reinas señalan su falta de capacidad intelectual y/o pensamiento crítico, son consideradas como personas con escasa posibilidad de reflexión que parecieran no poder distinguir sus condiciones de explotación. Encontramos cinco páginas que se expresan en estos términos: Nosotras Feminismo, Question Femenina, Tribuna Feminsita, Barbi Japuta y Patrulla Feminista. Esta categoría la profundizaremos a continuación.

¹⁵⁴ Conceptos de las autoras Justo von Lurzer y Spataro (2015), que serán desarrollados más adelante.

4. Reconocimiento: En la última categoría identificamos una sola página, Red Feminismo, que considera el valor de las peruanas por visibilizar las violencias públicamente. En esta configuración enunciativa, las voces de las *misses* son exaltadas e incluso son calificadas de valientes, dado el contexto en el que ocurre la denuncia.

Como hemos expuesto, nos interesa detenernos en el caso de las cinco páginas que mencionan a las *misses* peyorativamente, para ello utilizaremos las nociones de “tontas” y “víctimas” de Justo von Lurzer y Spataro (2015), quienes las refieren como las miradas dominantes sobre la relación entre industrias culturales y audiencias; especialmente respecto a la relación entre “medios” y “mujeres”.

Según lo expuesto una “tonta” es, “[...]una mujer que no tiene capacidad crítica para advertir la mala calidad y el sexismo de los productos culturales que consume” (Justo von Lurzer y Spataro, 2015, p. 118) Por su parte la víctima es definida como “la mujer que termina “incorporando” y “justificando” el maltrato que recibe de sus objetos culturales elegidos” (Justo von Lurzer y Spataro, 2015, p. 119) En esta línea encontramos los siguientes ejemplos:

Analicémoslo detenidamente. El concurso de belleza es una estrategia de consentimiento, son las propias mujeres las que acceden voluntariamente a los mandatos patriarcales (cánones de belleza, sexualización, juventud, feminidad), en ningún caso es una herramienta que dé poder a las mujeres, todo lo contrario, beneficia al patriarcado otorgándole un rostro amable¹⁵⁵.

En este fragmento de la nota de Patrulla Feminista, se admite que son las propias mujeres las que acceden a este tipo de concursos pero persuadidas a través de una “estrategia de consentimiento”; por lo tanto la mirada indica que termina siendo beneficioso para el patriarcado ya que a través de estos especios se reproducen mandatos de dominación. En tanto las mujeres que ingresan en estos certámenes no pueden dar cuenta que al acceder a competir aceptan su propia opresión.

Desde Tribuna Feminista, por ejemplo, dan por hecho que la capacidad intelectual de las participantes no es tomada en cuenta para la competencia:

¹⁵⁵ Patrulla Feminista, (02/11/2017) *El patriarcado con piel de feminismo*. [online] Recuperado de: https://patrullafeminista.blogspot.com/2017/11/patriarcado-con-piel-de-feminismo_2.html (consulta 27/11/2019)

No comprenden pues la idea de un nuevo y renovado concurso de belleza que se centra en la belleza interior y en la intelectualidad de las participantes quienes empoderadísimas decidieron por cuenta propia, y sin ningún interés económico inscribirse y competir sanamente por una corona de fantasía, no.¹⁵⁶

Se desestima la idea de que las reinas puedan participar por “cuenta propia”, dejando de lado su capacidad de elección y autonomía. Se observa que hay un juicio sobre lo económico que pone en duda si es sana esa competencia. En esta línea se cuestiona el empoderamiento de las *misses* y se atribuye nuevamente al sistema patriarcal la mayor responsabilidad y capacidad de dominación. La nota continúa de esta manera:

El sistema quiere que pensemos que los organizadores y todos los que están envueltos detrás de este tipo de eventos lo que quieren es acabar con la violencia de la mujer, cosificando a las mujeres y exponiéndolas en la pasarela a juicio de los espectadores y de los medios. El sistema patriarcal siempre va a buscar la manera de naturalizar su existencia, no hay nada empoderante en desfilarse en bikini para entretener a los misóginos que luego nos violentan, nos comercializan, nos matan... no¹⁵⁷.

Tal como se mencionó, la interpretación enfatiza en que es todo obra del sistema: las reinas finalmente no son pensadas con capacidad de elección, sino como víctimas que terminan siendo expuestas “en la pasarela” para el juicio de valor.

Desde Question Femenina se expresa que incluso aunque las reinas tengan buena voluntad en su accionar seguirán siendo víctimas de los sistemas de opresión (patriarcado y capitalismo): “Estas mujeres con toda su buena intención no dejaban de ser títeres en las manos de otros abanderados de don Capi y don Patri.”¹⁵⁸

Respecto a la audiencia del certamen, Barbi Japuta menciona que probablemente existan muy pocas mujeres con conciencia de género que puedan ver estos certámenes ya que son misóginos y es “imposible” de disfrutar: “Entre el público de un concurso de belleza es posible que encontremos a pocas mujeres con conciencia de género, ya que es imposible

¹⁵⁶ Lara Salvatierra (05/11/2017), *El Empoderamiento de la mujer según los lineamientos del Patriarcado*. [online] Recuperado de: <https://tribunafeminista.elplural.com/2017/11/el-empoderamiento-de-la-mujer-segun-los-lineamientos-del-patriarcado/> (consulta 01/11/2020)

¹⁵⁷ Idem

¹⁵⁸ Question Femenina (5/11/2017) *Miss Perú 2018: Sumar en lugar de enfrentar*. [online] Recuperado de: http://www.qfem.es/post/14372/miss-peru-2018-sumar-en-lugar-de-enfrentarfbclid=IwAR1co9GXYHihVdEUuoZz1a_P7_TIF5Jo73FT4GhPoZKpE5UdOtO-mn8k59Y (consulta: 01/11/2020)

disfrutar de algo misógino siendo feminista.”¹⁵⁹

Tanto las concursantes, como la audiencia quedan de esta forma privadas de su capacidad de elección frente a las industrias todo poderosas que se imponen y manipulan. (Justo von Lurzer y Spataro, 2015) Pese a todo este arsenal de críticas y cuestionamientos desde las páginas feministas, observamos que no se ofrecen alternativas o análisis que permita situar estos fenómenos en contextos y sociedades específicas. Tal como dice hooks¹⁶⁰(2000) “La crítica de por sí sola no conduce al cambio. En efecto gran parte de la crítica feminista hacia la belleza solamente ha dejado a las mujeres confundidas sobre qué es una opción sana” (p.58)

Notamos que las participantes aún cuando son las protagonistas del concurso y quienes realizan la acción como voceras de lo que sufren las mujeres de las distintas localidades a las que representa, se les quita la “agencia”. Este término lo definimos según la conceptualización de Ortner, para quien tiene dos campos de significado: “En una modalidad, la agencia se relaciona con ideas de poder, incluidas la dominación y la resistencia; en la otra, se vincula con la intención, los proyectos (culturalmente contruidos) de los individuos en el mundo y su capacidad de sostenerlos y presentarlos” (Ortner, 2006, p. 166).

En este caso a las *misses* les es arrebatada la acción y es entregada a los organizadores del concurso quienes “agenciados” como ejecutores del poder con proyectos y deseos, eligen hablar de las violencias basadas en género en el marco del concurso, entonces las reinas se mueven o actúan producto de una “agencia externa”.

Finalmente notamos, que dentro de lo analizado las páginas proponen por un lado mujeres “tontas y víctimas” que no pueden darse cuenta de los juegos de manipulación y, por otro lado, las mujeres “críticas”, quienes sí lo pueden percibir y son capaces de iluminar al resto (Justo von Lurzer y Spataro 2015). En este sentido Patrulla Feminista expone: [...] somos las feministas las encargadas de frenar las estrategias del neomachismo, señalarlas como opresivas e informar al resto de mujeres[...]”¹⁶¹

¹⁵⁹ Barbi Japuta, (02/11/2017) *Las herramientas del amo no destruirán la casa del amo* . Recuperado de: https://www.eldiario.es/opinion/zona-critica/barbijaputa-miss-peru-2018_129_3087855.html (consulta 22/11/2019)

¹⁶⁰ Se escribe en minúscula respetando la decisión de la autora. Para ampliar: <https://www.harpersbazaar.com/es/cultura/viajes-planes/a15431743/quien-era-bell-hooks-feminismo/>

¹⁶¹ Patrulla Feminista (02/11/2017) Patriarcado con piel de feminismo [online] Recuperado de https://patrullafeminista.blogspot.com/2017/11/patriarcado-con-piel-de-feminismo_2.html (consulta:

Esto nos acerca al debate sobre la representación del sujeto político del feminismo que retoma Judith Butler (2007) quien expone las dificultades de pensar una base universal para el feminismo basada en una identidad, ya que genera contradicciones. La autora sostiene: “No basta con investigar de qué forma las mujeres pueden estar representadas de manera más precisa en el lenguaje y la política. La crítica feminista también debería comprender que las mismas estructuras de poder mediante las cuales se pretende la emancipación crean y limitan la categoría de ‘las mujeres’, sujeto del feminismo” (p. 48).

Butler destaca que incluso el término mujeres en plural, se ha convertido en algo problemático y angustiante, además menciona que es imposible encontrar un género coherente ya que se cruza con otras modalidades raciales, de clase o de origen. La autora dice que paradójicamente “la representación” tendrá sentido para los feminismos cuando no se dé por sentado el sujeto “mujeres”, en ningún aspecto, por lo tanto la identidad del sujeto feminista no debería ser la base de su política (Butler, 2007).

En este mismo sentido Nelly Richards (2009) señala: “al asumir los múltiples fraccionamientos que desunieron los significados “mujer”, “identidad”, “diferencia” y “representación”, la teoría feminista sabe que debe cuestionar la linealidad —engañosamente transparente— del vínculo entre “ser”, hablar “como” y “en nombre de”” (p.84)

Cabe acotar que en ningún momento las reinas dentro del certamen se definen como feministas, tampoco hacen mención de los movimientos de mujeres y sus luchas. Lo cierto es que sí compartieron consignas del feminismo, tanto dentro como fuera del escenario, ya que las participantes hicieron las denuncias de violencias estructurales, fueron a marchas y la ganadora hizo un llamado a salir a las calles por el NUM.¹⁶²

02/12/2020)

¹⁶² RPP Noticias.(03/11/2017). *Todo Se Sabe Miss Perú 2018: "Las cifras de agresión a mujeres son alarmantes"* [video] recuperado de : <https://www.youtube.com/watch?v=VvTEaGmDqM> (consulta: 15/07/2019)



Instagram @missperuoficial (26/11/2017) [Captura de pantalla] ¹⁶³

El recorrido hasta aquí nos muestra ciertas polarizaciones y la existencia de una mirada lineal entre dominación e industrias del entretenimiento, sin dar lugar a interpretaciones intermedias que problematicen los contenidos y sus audiencias. La forma en la que son narradas las participantes al asociarlas a las industrias culturales, es de personas sin capacidad de decisión o crítica, además de introducir elementos restrictivos que condicionan las elecciones de las mujeres.

Entre la dominación y capacidad de elección

Como hemos apuntado hasta acá, en el análisis de nuestro corpus se identificó una tensión que atraviesa todas las publicaciones donde se presentan dos posiciones antagónicas: las de quienes rechazan que la violencia contra la mujer se visibilice en el contexto de un certamen de belleza y las posiciones de quienes dada la masividad del programa, aceptan y priorizan la denuncia pública y su alcance en ese contexto. Las argumentaciones y conceptualizaciones que surgieron de cada punto de vista han sido desarrolladas a lo largo de este trabajo, no obstante, las concepciones de industrias culturales, su poder y alcance han quedado reducidas a denominaciones exclusivamente económicas.

Un aspecto que fuimos observando en el desarrollo de la investigación, fue que algunos medios (en páginas web y redes sociales) publicaron la noticia de lo que ocurrió en el Miss

¹⁶³ Instagram @missperuoficial (27/11/2020) Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/Bb8VmY2BvQC/> (consulta: 17/12/2020)

Perú con afirmaciones confusas, donde se dejaba entrever que habían sido las participantes quienes se habían organizado para realizar estas denuncias. Ese fue el caso de: AJ+ Español¹⁶⁴, la agencia EFE¹⁶⁵, La Nación¹⁶⁶ y Tiempo Argentino¹⁶⁷. A modo de ejemplo la agencia EFE en la voz en *off* que acompaña el video, lo aseguraba así:

El domingo pasado las veintitrés candidatas de Miss Perú 2018, se pusieron de acuerdo para leer cifras de violencia de género contra las mujeres en vez de sus medidas como tradicionalmente lo hacen. El presentador del concurso Cristian Rivero, explicó que este año deseaban enviar un mensaje en contra de la violencia de género¹⁶⁸

El diario La Nación afirmaba que las reinas hicieron uso de su participación en el certamen para denunciar los datos de violencias:

Las concursantes del certamen de belleza Miss Perú 2018 dejaron de lado su rol como participantes para hacer uso de la exposición y denunciar alarmantes cifras de violencia de género y femicidios en el país¹⁶⁹

Sin embargo, la idea de hacer transversal al certamen la visibilización de la violencia basada en género, fue algo planificado por la organización del concurso y los directores del canal, tal como lo confirmó Luciana Olivares gerente de estrategia y contenido en Latina¹⁷⁰ a la CNN¹⁷¹:

La idea sale de llamar la atención, de buscar un contraste y que la gente reaccione [...]

[...]En un medio donde te espera este tipo de noticias, no lo conseguimos (llamar la atención)

¹⁶⁴ Facebook, AJ+ Español (30/10/2017) *Miss Perú contra el femicidio* [video] Recuperado de: <https://www.facebook.com/watch/?v=1683712825014393> (consulta: 10/03/2019)

¹⁶⁵ Agencia EFE (31/10/2017) *Concursantes de Miss Perú expusieron cifras de feminicidio en vez de sus medidas* [video] Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=ywQ6TDznwRI> (consulta: 05/02/2019)

¹⁶⁶ La Nación, (31/10/2017). *En lugar de dar sus medidas las concursantes de Miss Perú presentaron cifras de femicidio*. [online] Recuperado de: <https://www.lanacion.com.ar/el-mundo/en-lugar-de-dar-sus-medidas-las-concursantes-de-miss-peru-presentaron-cifras-de-femicidios-nid2077851> (consulta: 04/09/2019)

¹⁶⁷ Tiempo Argentino, (31/10/2017) *Las candidatas a Miss Perú realizaron una impactante denuncia contra la violencia de género*. [online] Recuperado de: <https://www.tiempoar.com.ar/nota/candidatas-a-miss-peru-2018-realizaron-una-impactante-denuncia-contra-la-violencia-de-genero> (consulta: 02/09/2019)

¹⁶⁸ Idem

¹⁶⁹ La Nación, (31/10/2017). *En lugar de dar sus medidas las concursantes de Miss Perú presentaron cifras de femicidio*. [online] Recuperado de: <https://www.lanacion.com.ar/el-mundo/en-lugar-de-dar-sus-medidas-las-concursantes-de-miss-peru-presentaron-cifras-de-femicidios-nid2077851> (consulta: 04/09/2019)

¹⁷⁰ Canal que posee los derechos de transmisión del concurso.

¹⁷¹ CNN (31/10/2017) *Miss Perú: «Mis medidas son 2.202 casos de feminicidios»* [online] Recuperado de: <https://cnnespanol.cnn.com/2017/10/31/miss-peru-protesta-contra-la-violencia-de-genero-mis-medidas-son-2-202-casos-de-feminicidios/> (consulta: 09/07/2019)

hasta el día de hoy. En cambio, en un espacio no predecible para un discurso de este tipo ha habido una reacción en redes sociales, en general, en la población de verdadera alarma y de conciencia.¹⁷²

Las declaraciones de Olivares evidencian un interés explícito del canal por sorprender y “llamar la atención” sobre la temática. Sin embargo, las páginas al denunciar esta nueva superficie de emergencia (Foucault, 1969) del discurso feminista observan al canal de televisión con una mirada de manipulación y engaño. La idea de los medios de comunicación todopoderosos capaces de instalar en la opinión pública nociones funcionales a los sistemas de explotación sin considerar resistencias y desvíos nos remite a los conceptos que abordan el rol activo en la recepción donde efectivamente hay un conjunto de configuraciones que operan en la lectura de un contenido.

En esta línea Martin Barbero propone abandonar el “mediacentrismo” y pasar a las “mediaciones”, que las explica como: “[...] los lugares de los que provienen las constricciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural de la televisión” (1987, p.17). En consecuencia el autor encuentra tres formas de mediaciones: “la cotidianidad familiar, la temporalidad social y la competencia cultural”, lo cual implica necesariamente que existen múltiples formas de entender e interpretar mensajes a partir de la experiencia social (Barbero, 1987).

Para Barbero la experiencia es la clave para comprender la forma en la que se interpretan los mensajes que provienen de los medios masivos. En nuestro corpus identificamos que más allá de la heterogeneidad discursiva presente en las argumentaciones que provienen desde las comunidades feministas que gestionan las cuentas analizadas, las conclusiones giran en torno a esas dos posiciones antagónicas que presentamos en principio, de alguna manera los puntos de partida o llegada siempre son los mismos. Se observa además, que las conceptualizaciones teóricas que hemos abordado y que se desprenden de los discursos usados por las páginas cuando emiten opinión acerca del *Miss Perú*, dan cuenta en efecto de los marcos de referencia feministas que operan en el proceso de configuración de sentido presente en las publicaciones realizadas y que sirven como herramienta argumentativa sobre la que se sostienen sus opiniones.

Por otro lado y aunque excede nuestro objeto de estudio nos preguntamos por la

¹⁷² ídem

importancia que tuvo efectivamente que estas denuncias realizadas en horario central y alcanzando los 13,4 puntos de rating¹⁷³, número alto en términos de audiencia para ese país.

En consecuencia y más allá de las contradicciones que se han ido expresando, lo cierto es que durante dos horas y once minutos, el programa más visto del Perú habló de distintos tipos de violencia por razones de género, se alentó a la denuncia y quedó en evidencia la violencia sistemática ejercida por los varones hacia las mujeres.

¹⁷³ El comercio (30/10/2017) "Miss Perú": ¿cuánto de rating hizo el certamen de belleza? [online] Recuperado de: <https://elcomercio.pe/tvmas/television/miss-peru-rating-hizo-certamen-belleza-noticia-469845-noticia/?ref=ecr> (consultado: 05/02/2021)

Conclusiones

El recorrido propuesto en esta tesina, tuvo como objeto describir y analizar la forma en la que fue interpretado un certamen de belleza en donde denunciaron la violencia por razones de género. Como fuimos mencionando a lo largo de la investigación, más allá del fenómeno masivo que puede ser entendido como disruptivo, novedoso e incluso contradictorio, nos interesaron las reacciones de las páginas feministas en Facebook para conocer algunas de las tematizaciones y los conceptos con que se configuran el rechazo o la aceptación al uso del discurso feminista en los medios de comunicación.

Se construyó un corpus compuesto por trece páginas que nos permitió rastrear el posicionamiento que mantuvieron frente al *Miss Perú*. Los posicionamientos de las páginas posteriormente fueron clasificados en tres grupos que nos permitieron encontrar recurrencias discursivas. Por otro lado, para comprender el vínculo que mantienen estas páginas con sus seguidores/as, se analizaron otras publicaciones y se evaluaron sus posicionamientos frente algunos temas coyunturales para el feminismo.

Posteriormente se abordaron los ciberfeminismos, la relación entre el feminismo y las Nuevas Tecnologías de la Información (TICs). Si bien la forma de vinculación fue diversa, y observamos a través de la historización, que la presencia del feminismo en el ciberespacio se manifiesta desde diferentes iniciativas ya sea con el diseño de *softwares* con perspectiva de género, hasta con la creación de perfiles y páginas en plataformas como Facebook, las cuales son apropiadas como herramientas de difusión, convocatoria y movilización en la red.

De esta forma pudimos identificar que nuestro corpus responde a lo que se llamó ciberfeminismo social, donde el uso de las TICs se hace en función de la agenda política, con la intención de influir en la vida concreta de las mujeres (Boix, 2006).

En relación al contrato de lectura de nuestros materiales observamos a través de las categorías de Eliseo Verón (1985) los vínculos que establecen con sus audiencias, lo que permitió identificar diversidad de corrientes feministas con que pueden asociarse: en algunos casos se habla de un feminismo en singular y se dirigen a una audiencia la cual asumen como entendida, culta y que ya se autopercibe como militante. Otras apuntan a visibilizar qué es el feminismo desde un saber que asumen como propio y que deben difundir con otras personas que no poseen estos conocimientos, para posicionarse como puntos de consulta dentro de la

plataforma. Finalmente encontramos que la mayoría de las páginas analizadas busca habilitar una construcción conjunta de conocimientos con sus seguidoras/es dentro de la red social.

Los posicionamientos ideológicos de las páginas fueron abordados a través de las herramientas instrumentales que ofrece Stuart Hall, lo que nos permitió situar el corpus en tres modalidades: hegemónicas, negociadas y de oposición. A partir del análisis realizado, se identificó que las cinco páginas que se sitúan en oposición, fueron mucho más exhaustivas en sus argumentaciones en contra del programa y sus despliegues teórico-conceptuales permitieron rastrear sus posicionamientos ideológicos. También identificamos que sus expresiones, escaparon efectivamente, al campo específico del *Miss Perú*, lo que implica que vincularon el fenómeno con cuestiones de orden estructural como es el sistema económico y patriarcal. Se observó que, contrario a este posicionamiento, en las tres páginas que decodificaron en código hegemónico se celebró la iniciativa sin profundizaciones que nos permitieran entender por qué estaban a favor, más allá de entender que la televisión ayuda a visibilizar la violencia contra la mujer y a generar conciencia.

En las cinco páginas que argumentaron de forma negociada, pudimos detectar las contradicciones y los grises existentes al interior de las militancias feministas, donde por un lado ratificaron su rechazo a los reinados de belleza y por el otro expresaron la importancia de expandir la denuncia contra las violencias hacia las mujeres en el Perú.

Respecto a los recorridos que realizamos en este análisis, identificamos que las páginas que apuntaron a cuestionar la cosificación de las participantes, expresaron su crítica, vinculada a los conceptos “capitalismo o neoliberalismo”, y que estas nociones fueron presentadas como estructuras invariables de opresión. Por otro lado, se observa un fuerte cuestionamiento hacia el uso de los cuerpos femeninos en los medios de comunicación como fuentes de dominación desde lo económico y lo simbólico, justamente esto nos permitió inferir que los cuerpos de las *misses*, son cuerpos controlados en el escenario concreto del concurso.

A partir de lo explorado, pudimos ver que las representaciones de las mujeres que participaron del *Miss Perú*, fueron expresadas entorno a las categorías de “tontas” o “víctimas” (Justo von Lurzer y Spataro, 2015); es decir, en líneas generales fueron señaladas como personas con poca capacidad intelectual reducida o víctimas del sometimiento de los sistemas vigentes. Según estos tamices de lectura, se consideró que ambos casos las participantes no pueden darse cuenta del uso comercial que se le da a sus cuerpos por parte de la industria

cultural y a las reinas desde las páginas no se las considera como personas con capacidad de decisión o resistencia. Si bien las participantes levantaron consignas propias del feminismo y prestaron sus voces para la visibilizar una problemática estructural de desigualdad, las publicaciones no valoraron esa acción y no se consideró a las *misses* como posibles feministas.

Se identificaron dos modalidades antagónicas de interpretación sobre el concurso en general: las que rechazan absolutamente la denuncia de la violencia de género en un certamen de belleza y las que consideran que dada la masividad del programa es más importante la denuncia que el contexto. En este punto se analizó cómo la recepción activa de los productos que provienen de las industrias culturales habilita múltiples lecturas e interpretaciones, aunque en nuestro corpus las posibles lecturas se asientan en las dos modalidades expuestas (rechazo o aceptación) .

Finalmente, para nuestro estudio se abre un nuevo interrogante: ¿puede una reina de belleza ser feminista? A partir de lo analizado, pudimos observar que a lo largo de todo este trabajo se mantiene una tensión, entre los sistemas de dominación, el capitalismo y el patriarcado y la capacidad de maniobra o de decisión que tienen las personas frente a estos condicionamientos.

Bibliografía

Agüero, A, Bustelo, M, Viollaz, M. (2020) ¿Desigualdades en el mundo digital?: Brechas de género en el uso de las TIC. Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

<https://publications.iadb.org/es/desigualdades-en-el-mundo-digital-brechas-de-genero-en-el-uso-de-las-tic>

Ballón Gutiérrez, A (2014) El caso peruano de esterilización forzada : Notas para una cartografía de la resistencia. *Aletheia*, 5 (9).

http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.6418/pr.6418.pdf

Martin Barbero, J (1987) “Mapa nocturno para explorar el nuevo campo” en De los medios a las mediaciones , Barcelona, Gustavo Gilli. Pp 229-242

Binder, I. (2019). Identidad y agencia colectiva del movimiento ciberfeminista en América Latina. El caso de *ciberfeministaslatam*. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 5

Boix, M. (2006) Hackeando el patriarcado: La lucha contra la violencia hacia las mujeres como nexo. Filosofía y práctica de Mujeres en Red desde el ciberfeminismo social. Revista de Estudios Feministas Labrys (10) <http://www.mujeresenred.net/spip.php?article880>

Boix M y De Miguel, A (2002): Los géneros de la red: los ciberfeminismos. El ciberfeminismo social. <http://www.mujeresenred.net/IMG/pdf/ciberfeminismo-demiguel-boix.pdf>

Bosch, E. y Ferrer, V. A. (2006). El papel del movimiento feminista en la consideración social de la violencia contra las mujeres: el caso de España. *Revista Labrys*, 10.

<http://www.mujeresenred.net/spip.php?article881>

Butler, J. (2007): “Sujetos de sexo/género/deseo” en *El género en disputa*. Paidós. Pp. 45-56

Caballero Rojas, G. (2018) Redes sociales y feminismos en la acción colectiva: el caso de “Ni Una Menos” en el Perú. Pontificia Universidad Católica del Perú.

<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/11944>

- Candale, C (2017) Las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas por ellas. La comunicación de los jóvenes españoles en Facebook, Twitter e Instagram, en Colindancias: Revista de la Red de Hispanistas de Europa Central, N° 8, Pp. 201-218. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6319192>
- Castells, M. (2012) “Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de Internet”. Alianza Editorial.
- Conci, A.; Urbina Paliza, S.; y Vanini, A. (2018). En tetas: un abordaje sociosemiótico sobre los cuerpos feminizados a partir del hashtag #tetazo en Twitter. Trabajo Final para optar al grado académico de Licenciatura en Comunicación Social, Universidad Nacional de Córdoba (inérita). <https://rdu.unc.edu.ar/handle/11086/6275>
- Cortazar, F. (2009). Reinas de belleza y mr. Músculos. Sociología de la exhibición corporal en concursos de pasarela. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología. <https://www.aacademica.org/000-062/2157>
- De Miguel, A. (2005) La violencia de género: la construcción de un marco feminista de interpretación en Mujeres en Red <http://www.mujeresenred.net/anademiguel.html>
- Federici, S. (2004): El calibán y la Bruja. Mujeres, cuerpo y acumulación originaria. 2a ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Tinta Limón, Pp 17-31.
- Fernández, M, y Wilding, F, (2006 [2003]). “Situación los ciberfeminismos” en *Domain Errors! Cyberfeminist practices*. Brooklyn, Automeia.
- Foucault, M. (1969) “La arqueología del saber”. Siglo XXI ediciones. Pp 33-64.
- Goldsmán, M. (2018) “#libertadparabelen: twitter y el debate sobre el aborto en la Argentina” [Tesis de maestría, Universidade Federal da Bahia]. <https://activismofeministadigital.org/wp-content/uploads/Libertad%20para%20Belen.pdf>
- Justo von Lurzer, C. y Spataro, C. (2015) Tontas y víctimas. Paradojas de ciertas posiciones analíticas sobre la cultura de masas, en La Trama de la Comunicación, Vol 19. Pp 113 a 129
- Hall, S. (1983) El problema de la ideología: Marxismo sin garantías, en Doxa, Año IX, N°18.

Hooks, B. (2000) El feminismo es para todo el mundo. Traficantes de sueños. Madrid

Kemp, S. (2020) Digital 2020:3.8 billion people use social media. We are social digital .
<https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media>

Laudano, C (2018). Acerca de la apropiación feminista de TICs. EN: Chaher, Sandra, compiladora. Argentina: medios de comunicación y género ¿hemos cumplido con la plataforma de acción de Beijing?. Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Comunicación para la Igualdad Ediciones. pp. 138-146.
<http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.649/pm.649.pdf>

Menéndez Menéndez, M. (2019). Entre la cooptación y la resistencia: de la Femvertising a la Publicidad Profem. Recerca. Revista de Pensament i Anàlisi, 24(2), pp. 15- 38.

Moreno, M. (2007) “Misses y concursos de belleza indígena en la construcción de la nación ecuatoriana” en *Iconos*. Revista de Ciencias Sociales. No. 28, FLACSO-Ecuador, Quito pp. 81-91

Pequeño, A. (2004), “Historias de misses, historias de naciones”, en *Iconos, Revista de Ciencias Sociales*, No. 20, FLACSO- Ecuador, Quito, p. 114-117.

Puente, S.; Romero, D; Peña, P. (2016). Ciberactivismo contra la violencia de género: fetichismo tecnológico e interactividad. *Feminismos*. [0.14198/fem.2016.27.10](https://doi.org/10.14198/fem.2016.27.10)

Quiroz-Pérez,L (2017) Del centro a las márgenes. Los feminismos de Perú y México de los 70 a la actualidad . Revista *Amerika* [En línea] | <https://doi.org/10.4000/amerika.8056>

Scolari, C. (2008) De los nuevos medios a las hipermediaciones. En: *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Gedisa.

Sherry, O. (2006) Antropología y Teoría Social: Cultura, Poder y Agencia. 1a ed. San Martin: Universidad Nacional de Gral San Martin. Unsam Edita.

Spataro, C. (2013): “Las tontas culturales: consumo musical y paradojas del feminismo”, en Revista Punto Género, Núcleo de Investigación en Género y Sociedad Julieta Kirkwood, Departamento de Sociología, FACS. Chile: Universidad de Chile.

Richards, N. (2009) “La crítica feminista como modelo de crítica cultural” en Revista *Debate feminista*, año 20, vol 40, Octubre.

Torres Parada. A. (2018) “Análisis crítico del discurso sobre el feminismo posmoderno en redes sociales y su relación con el neoliberalismo. El caso de Amarla Miller” [Trabajo Final de Máster en Medios Comunicación y Cultura]
https://ddd.uab.cat/pub/trerecpro/2018/hdl_2072_334587/TFM_AndreaTorres.pdf

Van Dijck, J (2016) La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales . 1º ed- Buenos Aires. Siglo Veintiuno Editores.

Vargas, V. (1985). Movimiento feminista en el Perú: balance y perspectivas. *Debates En Sociología*, (10), 121-146.
<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/debatesensociologia/article/view/6923>

Verea Palomar, C. (2001) “El espectáculo de la Belleza y el Nacionalismo” en *Ventana* Revista de estudios de género. No. 13, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad de Guadalajara. Guadalajara. pp. 241-256

Verón, E.(1985) El análisis del “Contrato de Lectura”, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media, en “Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications”. París, IREP.

Zafra, R (2015) Ciberfeminismos. Bases y propuestas en un mundo digital. Recuperado de :
https://www.remedioszafra.net/mcv/pensamiento/tx/text_rz3.html

Zafra, R. (2018) Redes Y (Ciber)Feminismos. La revolución de la *representación* que derivó en *alianza*. Revista Dígitos (4) 11-22. <http://dx.doi.org/10.7203/rd.v0i4.116>

Anexo

Material en medios digitales

Antiprincesas (s/f). [online] Recuperado de:

<http://chirimbote.com.ar/antiprincesas#:~:text=Antiprincesas&text=Las%20Antiprincesas%20y%20los%20Antih%C3%A9roes,independencia%2C%20y%20proponer%20nuevas%20masculinidades>. (consulta: 31/12/2020)

Barbi Japuta, (02/11/2017) *Las herramientas del amo no destruirán la casa del amo* .

Recuperado de:

https://www.eldiario.es/opinion/zona-critica/barbijaputa-miss-peru-2018_129_3087855.html
(consulta 22/11/2019)

Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito (s/f) [online]

Recuperado de: <http://www.abortolegal.com.ar/about/> (consulta: 24/01/2021)

Economía Femini(s)ta (s/f) Especial 8M #Paro Internacional Feminista [online] Recuperado

de: <https://economiafeminita.com/especial-8m-paro-de-mujeres/> (consultado:24/01/2021)

EcuRed Miss Universo (s/f) *Historia*. Recuperado de https://www.ecured.cu/Miss_Universo

(consulta: 11/06/2019)

El Diario.es (s/f). [online] Recuperado de: <https://www.eldiario.es/> (consulta: 03/05/2019)

El Comercio (30/11/2017) *Miss Perú: candidatas dieron cifras de feminicidio* [online]

Recuperado de:

<https://elcomercio.pe/luces/moda/miss-peru-candidatas-cifras-violencia-presentacion-video-noticia-469719-noticia/> (consulta: 30/11/2019)

Fundación de ideas para la paz. Mujeres y la economía cocalera en el Putumallo: roles prácticas y riesgos (2017) [online] Recuperado de:

<http://cdn.ideaspaz.org/media/website/document/5a21a1163faf3.pdf> (consulta 22/11/2018)

Género y Trabajo (s/f) Un diccionario de micromachismos [online] Recuperado de: <https://generoytrabajo.com/2019/01/21/diccionariomicromachismos/> (consulta:18/01/2021)

Instagram. Miss Peru Oficial. (26/11/2017) Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/Bb8VmY2BvQC/> (consulta: 17/12/2020)

La Nación, (31/10/2017). *En lugar de dar sus medidas las concursantes de Miss Perú presentaron cifras de femicidio.*[online] Recuperado de: <https://www.lanacion.com.ar/el-mundo/en-lugar-de-dar-sus-medidas-las-concursantes-de-miss-peru-presentaron-cifras-de-femicidios-nid2077851> (consulta: 04/09/2019)

La Vanguardia (19/05/2019) *Por qué no deberías practicar ‘ghosting’, aunque esté de moda.* [online] Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/vivo/psicologia/20190519/462290924559/ghosting-ruptura-relaciones-moda-con> (consulta: 10/01/2021)

Ministerio de la Mujer y poblaciones vulnerables del Perú (01/08/2017) *Programa Nacional contra la violencia familiar y sexual. Informe estadístico.* Recuperado de: https://www.mimp.gob.pe/files/programas_nacionales/pncvfs/publicaciones/informe-estadistico-01-PNCVFS-UGIGC.pdf (Consulta: 03/11/2020)

Miss America, (s/f) *A History.* Recuperado de <https://www.missamerica.org/organization/history/> (consulta 27/11/2019)

Nación Rex (15/04/2018) *¿QUÉ ES EL BODY SHAMING Y CÓMO IDENTIFICARLO? .* [online] Recuperado de: <https://www.nacionrex.com/girl-power/body-shaming-que-es-significado-espanol-como-identificarlo-20180414-0009.html> (consulta: 07/01/2021)

Nodal, (6/11/2017) *Participantes de Miss Perú denuncian los femicidios y la violencia machista.* [online] Recuperado de: <https://www.nodal.am/2017/11/participantes-miss-peru-2018-revelan-cifras-femicidio-violencia-machista-certamen> (consulta: 22/11/2019)

Patrulla Feminista (02/11/2017) *Patriarcado con piel de feminismo* [online] Recuperado de https://patrullafeminista.blogspot.com/2017/11/patriarcado-con-piel-de-feminismo_2.html (consulta: 02/12/2020)

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2019) *El Reto de la Igualdad Una lectura de las dinámicas territoriales en el Perú*. Recuperado de: <https://www.pe.undp.org/content/peru/es/home/presscenter/articles/2019/el-reto-de-la-igualdad.html> (consulta: 07/08/2020)

Question Femenina, (05/11/2017) *Miss Perú 2018 Sumar en lugar de enfrentar* [online] Recuperado de: http://www.qfem.es/post/14372/miss-peru-2018-sumar-en-lugar-de-enfrentar?fbclid=IwAR1co9GXYHihVdEUuoZz1a_P7_TIF5Jo73FT4GhPoZKpE5UdOtO-mn8k59Y (consulta 25/11/2019)

Rendón D. (s/f) *El ABC de la teoría queer* [online] Recuperado de: http://www.espolea.org/uploads/8/7/2/7/8727772/6.ddt-abcqueer_final.pdf . (consulta 19/6/2020)

RPP Noticias.(03/11/2017). *Todo Se Sabe Miss Perú 2018: "Las cifras de agresión a mujeres son alarmantes"* [video] recuperado de : <https://www.youtube.com/watch?v=VvTEaGmDiqM> (consulta: 15/07/2019)

Salvatierra, L. Tribuna Feminista,(06/11/2017) *El empoderamiento de la mujer según los lineamientos del feminismo*. [online] Recuperado de: <https://tribunafeminista.elplural.com/2017/11/el-empoderamiento-de-la-mujer-segun-los-lineamientos-del-patriarcado/> (consulta: 21/11/2019)

Ser una Miss. (2016) *Trailer*. [video] Recuperado de <http://www.serunamiss.com/trailer.html> (consulta 18/11/2018)

Support Google (s/f) *miniaturas de videos* [online] Recuperado de: <https://support.google.com/youtube/answer/72431?hl=es-419#:~:text=Las%20miniaturas%20de%20videos%20permiten,autom%C3%A1ticamente%20subir%20una%20propia.> (consulta: 14/01/2021)

Télam (03/06/2015) *Más de 200 mil personas se concentraron frente al Congreso para decirle basta a los femicidios* [online] Recuperado de:

<https://www.telam.com.ar/notas/201506/107330-niunamenos-mas-de-80-ciudades-argentinas-unidas-contralos-femicidios.html> (consulta: 06/09/2019)

The Quipu-Project (s/f) *About the project*. Recuperado de: <https://interactive.quipu-project.com/#/en/quipu/intro> (consulta: 02/12/2019)

Tiempo Argentino, (31/10/2017) *Las candidatas a Miss Perú realizaron una impactante denuncia contra la violencia de género*. [online] Recuperado de: <https://www.tiempoar.com.ar/nota/candidatas-a-miss-peru-2018-realizaron-una-impactante-denuncia-contrala-violencia-de-genero> (consulta: 02/09/2019)

Trome (29/03/2019) *Lady Guillén: Así lucía la conductora de 'Tengo algo que decirte' cuando era 'Malcriada'*. Recuperado de: <https://trome.pe/espectaculos/lady-guillen-lucia-conductora-decirte-malcriada-video-fotos-44699/?ref=tr> (consulta: 11/06/2019)

We are social. (30/01/2020) *Digital 2020: 3.800 millones de personas usan redes sociales*. [online] Recuperado de <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media> (consulta 03/02/2020)s

Wikipedia (s/f) *Discriminación por edad*. [online] Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Discriminación_por_edad (consulta: 03/01/2021)

Wikipedia (s/F) *Cultura de la violación* [online]Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Cultura_de_la_violación (consulta: 18/01/2021)

ii

Wikipedia (s/f) *Horario central*. [online] Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Horario_central (consulta: 23/02/2021)

Wikipedia Miss Perú (s/f) *Historia*. Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Miss_Per%C3%BA (consulta: 11/06/2019)

Wikipedia (s/f) *Time's Up (movimiento)* Recuperado de:
[https://es.wikipedia.org/wiki/Time%27s_Up_\(movimiento\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Time%27s_Up_(movimiento)) (consulta: 07/12/2020)

Yo uso zunga (s/f) *Catalina, extinta.*
<https://yousozunga.webnode.es/products/catalina-extinta-/> (consulta 27/11/2019)

Material audiovisual referido

ATV Noticias (30/07/2019) *Caso Arlette Contreras: Ofrecen 30 mil soles por Adriano Pozo*
[video] Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=Komz7FK8pPM> (consulta: 06/09/2019)

ATV Noticias (15/07/2016) *Liberan a hijo de regidor que realizó brutal agresión a su pareja*
[Archivo de video] Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=QwSI0J7HKcw>
(consulta: 23/06/2019)

CNN (31/10/2017) *Miss Perú: «Mis medidas son 2.202 casos de feminicidios»* [online]
Recuperado de: <https://cnnespanol.cnn.com/2017/10/31/miss-peru-protesta-contr-la-violencia-de-genero-mis-medidas-son-2-202-casos-de-feminicidios/> (consulta: 09/07/2019)

El Universal (31/10/2017) *Concurso Miss Perú, tribuna de denuncia contra la violencia a la mujer.* [video] Recuperado de:
https://www.youtube.com/watch?v=TDXhqib_geU&feature=youtu.be&fbclid=IwAR1-2RqhuptLsQjU0vSz0E7741UoOZNlmzJOFvSA5Av8xjMqQcxT6VCau3M. (consulta: 01/11/2019)

Facebook, AJ español (01/11/2017) *Las participantes del miss Perú hicieron algo sorprendente* [video] Recuperado de:
https://m.facebook.com/watch/?v=1683712825014393&_rdr (consulta: 11/11/2019)

Latina.pe (02/11/2017) *Miss Perú 2018 - 29 de octubre del 2017 programa completo* [video]
recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=6U9RA713Wic&t=5356s> (consulta 27/11/2018)

Leslie Shaw (08/03/2015) *SHAW - Siempre Mas Fuerte (Video Oficial)* Recuperado de:
<https://www.youtube.com/watch?v=4UyppTpJGys> (consulta: 09/02/2021)

Agencia EFE (31/10/2017) *Concursantes de Miss Perú expusieron cifras de feminicidio en vez de sus medidas* [video] Recuperado de:
<https://www.youtube.com/watch?v=ywQ6TDznwRI> (consulta: 05/02/2019)

Material referido de Facebook

Facebook. Antiprincesas/Chirimbote (27/06/2015). [online] Recuperado de:
<https://www.facebook.com/editorialchirimbote> (consulta: 03/12/2020)

Facebook, Antiprincesas/Chrimbote (01/11/2017) Recuperado de:
<https://www.facebook.com/page/878142868915102/search/?q=miss%20per%C3%BA>
(consulta 20/11/2019)

Facebook. Asociación Femenina Estudiantil del Perú (24/02/2012). [online] recuperado de:
<https://www.facebook.com/AsociacionFemeninaEstudiantilDelPeru> (consulta: 04/12/2020)

Facebook, Asociación Femenina Estudiantil del Perú (01/11/2017) Recuperado de:
<https://www.facebook.com/AsociacionFemeninaEstudiantilDelPeru/posts/1840853282599921>
(consulta: 10/11/2019)

Facebook. La Purita Carne (05/11/2012) [online]. Recuperado de:
<https://www.facebook.com/lapuritacarne> (consulta: 04/12/2020)

Facebook, La Purita Carne (29/10/2017) recuperado de:
<https://www.facebook.com/page/107160949447873/search/?q=miss%20peru>(consulta: 25/11/2019)

Facebook. Lola (23/10/2016). [online] Recuperado de:
<https://www.facebook.com/buzzfeedlola> (consulta: 04/12/2020)

Facebook, Lola (31/10/2019) *Las medidas de Miss Perú*. Recuperado de:
<https://www.facebook.com/buzzfeedlola/videos/1835319053424654> (consulta 02/11/2019)

Facebook. Mujeres que no fueron tapa (29/06/2016). [online] Recuperado de:
<https://www.facebook.com/mujeresquenofuerontapa> (consulta: 10/12/2020)

Facebook, Mujeres que no fueron tapa, (31/10/2017) Recuperado de:
<https://www.facebook.com/page/1582298968736147/search/?q=miss%20per%C3%BA>
(consulta: 20/11/2019)

Facebook. Nosotras Feminismo (15/02/2017). [online] Recuperado de:
<https://www.facebook.com/search/top?q=nosotras%20feminismo> (consulta:
10/12/2020)

Facebook, Nosotras Feminismo (01/11/2017) Recuperado de:
<https://www.facebook.com/FemNosotras/posts/1867024036645547> (consulta 10/11/2019)

Facebook. Paro Internacional de Mujeres (16/01/2017). [online] Recuperado de:
<https://www.facebook.com/ParoColectiva> (consulta: 10/12/2020)

Facebook Paro Internacional de Mujeres-Perú (01/11/2019) [online] recuperado de:
<https://www.facebook.com/ParoColectiva/posts/310295896118444> (consultado: 02/12/2020)

Facebook. Patrulla Feminista (08/02/2018). [online] Recuperado de:
<https://www.facebook.com/patrullafeminista> (consulta: 10/12/2020)

Facebook, Patrulla Feminista (01/11/2017) recuperado de:
<https://www.facebook.com/patrullafeminista/posts/2041515886117218> (consulta
10/11/2019)

Facebook. Plataforma Feminista d´Asturies (15/09/2015). [online] Recuperado de
<https://www.facebook.com/Plataforma-Feminista-dAsturies-301198876739977/about>
(consulta: 10/12/2020)

Facebook, Plataforma Feminista d'Asturies (01/11/2017) Recuperado de:
https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=755798811279979&id=301198876739977 (consulta: 02/11/2019)

Facebook.Question Femenina (18/07/2016). [online] Recuperado de :
<https://www.facebook.com/qfem.es/about> (consulta: 10/12/2020)

Facebook, Question Femenina (01/11/2017). recuperado de:
<https://www.facebook.com/qfem.es/videos/1882700075080225> Consulta (20/11/2019)

Facebook. Red Feminismo (22/02/2016). [online] Recuperado de:
<https://www.facebook.com/RedFeminismo/about> (consulta: 10/12/2020)

Facebook , Red Feminismo (01/11/2017) Recuperado de
<https://www.facebook.com/page/187191814982013/search/?q=miss%20per%C3%BA>
(consulta 20/11/2019)

Facebook.Tribuna Feminista (05/02/2015). [online] Recuperado de:
<https://www.facebook.com/tribunafeminista/about> (consulta: 26/12/2020)

Facebook, Tribuna Feminista (05/11/2017) Recuperado de:
<https://www.facebook.com/tribunafeminista/posts/958207317660755> (consulta: 21/11/2019)