



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

Título del documento: Las edades de la mujer en el periodismo gráfico, un retrato de la distorsión

Autores (en el caso de tesistas y directores):

Milagros Belén Maffione Pignatta

Martina Belén Musso

Felisa Santos, tutora

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2022

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





Las edades de la mujer en el periodismo gráfico, un retrato de la distorsión

Tesistas:

Nombre: Maffione Pignatta, Milagros Belén

DNI: 40.993.875

Mail: milagrosmaffione@gmail.com

Teléfono: 1566498913

Tao - Opinión Pública y Publicidad: Cursada durante el año 2021

Nombre: Musso, Martina Belén

DNI: 40.676.297

Mail: martinabmusso@hotmail.com

Teléfono: 1559608187

Tao - Opinión Pública y Publicidad: Cursada durante el año 2021

Tutora:

Nombre: Felisa Santos

Cargo: Titular

Cátedra: Seminario de Diseño Gráfico y Publicidad

ÍNDICE

Introducción	4
<u>Capítulo 1 - Dime si eres mujer u hombre, y te diré qué puedes hacer</u>	8
Sobre el entrecruzamiento sexo - género	8
Una división poco equitativa, el reparto de los roles sexuales	10
Exagerar, normalizar y simplificar: el concepto de hiperritualización	13
<u>Capítulo 2 - La mutación mediática de la contemporaneidad</u>	18
La aparición de las redes sociales como nuevos medios	18
<u>Capítulo 3 - Un acercamiento a la historia del feminismo</u>	23
De qué hablamos cuando hablamos de feminismo	23
Breve recorrido histórico	25
La fuerza de un movimiento: Argentina y el Ni Una Menos	30
¿Qué significa adoptar una perspectiva de género en los medios de comunicación?	34
<u>Capítulo 4: Análisis del corpus</u>	39
Niñas adultizadas, la reproducción de un canon esclavizador	39
¿Bendita tu eres? La maternidad como el milagro de la adultez joven	46
Un disfraz llamado <i>Photoshop</i> , la negativa a exhibir el paso del tiempo	54

<u>Capítulo 5 - Tiempos de escraches y repudios en medios digitales</u>	62
No darse por vencida ni aun vencida: el poder de las redes sociales	62
<u>Capítulo 6 - Conclusiones finales</u>	68
Bibliografía	71

Introducción

“El cuerpo no es una cosa, es una situación: es nuestra comprensión del mundo y el esbozo de nuestro proyecto”.

Simone de Beauvoir

Entendemos que, a través de la corporalidad, se van tejiendo las relaciones con el entorno mismo y con quienes habitan en él. Tal es así que el cuerpo pierde peso en su materialidad para esgrimirse como un condicionante de nuestros vínculos con el contexto en sí, al ser el instrumento que media nuestra aprehensión y captación del universo. Dicho esto, podemos concluir en que la forma en que percibimos nuestro cuerpo condicionará la manera en que nos conectamos con lo que nos rodea. Entonces, surge un interrogante: ¿qué impresión, sensación y vivencia tienen las mujeres de su propio cuerpo?

Consideramos que esa construcción de la corporalidad femenina está extremadamente vinculada a los roles, papeles y espacios asignados para las mujeres como aquellos en los que pueden, y deben, desarrollarse según la sociedad patriarcal y machista en la que se encuentran insertas. A su vez, existen ciertos dispositivos que funcionan como potenciadores y propulsores de dichos mandatos y valores que no hacen más que reproducir la sumisión y sexualización de las feminidades.

En vínculo con lo anteriormente expuesto, en el presente ensayo nos centraremos en la representación holística de la figura femenina que se exhibe en las tapas de revistas gráficas argentinas de interés general *Caras y Gente*, entendiéndolas como uno de aquellos instrumentos que propagan una visión arcaica y machista acerca de lo que las mujeres deben ser y hacer.

Nuestro interés radica en evaluar la persistencia de rasgos machistas a la hora de elaborar un discurso y construir una imagen en torno a la mujer en la esfera mediática, sustentándose en estereotipos de la dominación y subordinación. Y el vocablo “persistencia” es el más adecuado e idóneo, puesto que nuestro recorte temporal se ubica entre los años 2015 - 2020, y toma como punto de inflexión y reflexión el año del surgimiento del movimiento feminista Ni Una Menos, aquella voz colectiva, plural y popular que se elevó para decir basta a la violencia machista.

De esta manera, buscamos observar de qué forma deja sus marcas el discurso societal, que encorseta y esclaviza a la mujer, y cómo se hacen presente las luchas, demandas

y pedidos de las feminidades, organizadas y congregadas a partir de una consigna que se volvió movimiento y bandera en Argentina y en todo el mundo.

A su vez, nos apoyaremos en algunos conceptos teóricos que nos permitan ahondar en el análisis del corpus seleccionado, y que nos sirvan como basamento para el desarrollo posterior.

Entre ellos, abordaremos el entrecruzamiento sexo - género y la importancia de su comprensión para el abordaje de las relaciones sociales entre sexos, y los vínculos de poder presentes en una sociedad patriarcal, machista y estereotipada a través de autores como Simone de Beauvoir, Judith Butler, Joan Scott, John Berger y Silvia Federici.

También nos inmiscuiremos en cómo la femineidad se ha ritualizado a lo largo de la historia, e hiperritualizado en su representación mediática, a partir de los postulados de Ervin Goffman. Agregaremos la división sexista entre el trabajo productivo y el trabajo reproductivo en estrecho vínculo con Hannah Arendt, y nos enfocaremos en determinar la relevancia de la perspectiva de género en el ámbito comunicacional para desprestigiar estas posturas.

Por otro lado, mencionaremos el influjo de las nuevas tecnologías en la mutación mediática, a partir de los escritos de autores como Henry Jenkins y José Van Dijck, y en la constitución de los públicos como prosumidores, concepto acuñado por Alvin Toffler. Con esto se vinculará, por último, la circulación hipermediatizada como habilitante de la interconexión entre medios tradicionales y medios digitales, vocablo vehiculizado por Mario Carlón.

Este último aspecto es relevante ya que, dentro del universo de las redes sociales, veremos cómo aparecen reclamos masivos que retoman las producciones realizadas por las revistas de interés general seleccionadas para despotricarlas y repudiarlas, en línea y concordancia con aquellas demandas que el Ni Una Menos ha impulsado. Entonces, a partir del entorno *online*, se genera un intercambio donde antes existía una completa unidireccionalidad; se produce una ruptura a la discursividad hegemónica para dar lugar a nuevas voces y reclamos.

El recorrido que hemos trazado retoma núcleos claves del ciclo vital de la mujer; por ende, de lo que significan aquellos estadios para su percepción de la corporalidad y, así, de la manera de relacionarse con los demás y consigo misma. Esos momentos serán la niñez, la adultez joven y la adultez - vejez, siendo la adultización, la maternidad

obligatoria y el encubrimiento del paso del tiempo los elementos focales de cada cápsula etaria.

Cabe mencionar que el punto de nuestra atención se centró, además, en aquellas representaciones gráficas de *Caras y Gente* que ponían en juego escenas, disposiciones y roles de género naturalizados. A partir de esto, hemos hecho un relevamiento y análisis de las tapas que detallaremos a continuación:

Revista Caras

- Mora Eva, nieta de Ernestina Herrera de Noble - Edición del 7 de abril de 2021.
- Matilda Salazar, hija de Luciana Salazar - Edición del 23 de diciembre de 2019.
- Jessica Cirio y Chloe, su hija - Edición del 16 de julio de 2019.
- Amalia, hija mayor de la reina Máxima Zorreguieta y el rey Guillermo de Holanda - Edición del 22 de julio de 2020.
- María Lucila Fernández (Luli Fernández) y su hijo - Edición del 28 de junio de 2019.
- Florencia Peña - Edición del 3 de junio de 2017.
- Victoria "Vicky" Xipolitakis - Edición del 26 de junio de 2018.
- Luisana Lopilato - Edición del 18 de abril de 2018.
- Emilia Attias - Edición del 20 de julio de 2016.
- Carla Peterson y Nancy Dupláa - Edición del 20 de junio de 2018.

Revista Gente

- Luciana Salazar junto a Matilda, su hija - Edición del 24 de abril de 2018.
- Nicole Neumann - Edición del 11 de marzo de 1993.
- Luisana Lopilato - Edición del 13 de octubre de 2015.
- Susana Giménez - Edición del 15 de enero de 2019.
- Mirtha Legrand - Edición del 24 de marzo de 2015.
- Cecilia Roth - Edición del 18 de agosto de 2020.
- Moria Casán - Edición del 30 de octubre de 2018.
- Esmeralda Mitre - Edición del 4 de agosto de 2020.

Nuestro ensayo se encuentra estructurado en seis capítulos, con sus correspondientes apartados, en los que expondremos los distintos ejes temáticos que decidimos abordar para llevar adelante el análisis. Los primeros tres capítulos son de carácter más introductorio, teórico y explicativo, puesto que nos referiremos a la división de roles sexuales y a su reproducción por parte de los medios, a la mutación mediática habilitada

por la contemporaneidad y al desglose cronológico, histórico y semántico del feminismo. En el cuarto capítulo analizaremos el corpus seleccionado a través de una triple categorización de las piezas elegidas, consecuentes con la adultización de la niñez, la obligatoriedad de la maternidad y el desprecio a la vejez. En el quinto capítulo retomaremos lo expuesto en el anterior, pero desde el punto de vista de los usuarios digitales que recogen lo producido por las revistas de interés general para repudiarlo, desprestigiarlo y discutirlo. Finalmente, en el último y sexto capítulo, desprenderemos las conclusiones finales a las que hemos llegado a partir de todo el recorrido trazado y transitado.

Capítulo 1 - Dime si eres mujer u hombre, y te diré qué puedes hacer

Sobre el entrecruzamiento sexo - género

La sociedad y la cultura patriarcal utilizan diversos recursos para naturalizar la dominación masculina, y de esta manera, reproducirla en el tiempo. Siguiendo a Simone de Beauvoir en *El Segundo Sexo*, el posicionamiento de la mujer como inferior a la figura del hombre no es innato, como se ha pretendido presentar, sino que es resultado de relaciones de fuerza históricas que, cuando se perpetúan en el tiempo junto con mensajes y acciones concretas, terminan aceptándose.

En ese punto, entra en juego la idea de lo que se considera apropiado por una comunidad tan sexista como misógina. Así, se nos permite poner sobre el tablero la noción de género como aquella que hace referencia a los roles, actividades, oportunidades y características que cada sociedad considera como adecuados para los hombres y las mujeres que la conforman. Por ende, es una categoría relacional, porque es producto de ese vínculo de lo femenino con lo masculino, mientras escenifica, a su vez, la división de poder asimétrica entre ellos.

Existen, por otro lado, pero aún en concordancia con lo mencionado, opiniones varias respecto de la noción de género. Principalmente, distingue Butler, dos posiciones feministas que cuestionan las concepciones base:

por un lado, las que afirman que el género es una característica secundaria de las personas, y por otro, las que sostienen que la noción misma de persona situada en el lenguaje como un «sujeto» es una construcción y una prerrogativa masculinistas que en realidad niegan la posibilidad estructural y semántica de un género femenino. (Judith Butler, 2007, p.62)

El hecho de que existan posiciones tan contrapuestas respecto al significado que se le puede asignar al mismo concepto, evidencia la necesidad de reevaluar las categorías de identidad en la esfera de relaciones de disparidad de género.

Beauvoir va a decir que siempre el sujeto que marca la diferencia es el masculino (dentro de lo universal) y plantea que lo hace diferenciando a lo femenino (fuera de las reglas que se conciben como universales) de la calidad de persona. La autora afirma que el sujeto masculino como abstracto designa al cuerpo como hembra: aquí da cuenta de una asociación de este último con la femineidad basado en las relaciones de reciprocidad en las que se limita al sexo femenino en tanto mera corporalidad mientras que al masculino se lo une con la idea de un instrumento de libertad radical.

Además, ella plantea una dialéctica de amo y esclavo por los términos asimétricos entre hombres y mujeres, y entiende la necesidad de desestimar lo establecido anteriormente. Adherimos a que el cuerpo femenino debe funcionar de igual modo que el masculino: ambos como instrumentos de la libertad del sujeto, no limitantes o definitorios. Eliminar las posturas que proporcionen alteridad y, a partir de tal, oculten lo femenino, es tan urgente como necesario.

El género, en tanto concepto, no es permanente ni inmodificable, sino que está total y absolutamente entrelazado con el contexto con el que se anuda. Al respecto, Scott (1996) dirá que “pasa a ser una forma de denotar las ‘construcciones culturales’, la creación totalmente social de ideas sobre los roles apropiados para mujeres y hombres” (p.7). Por ende, el término sirve para “designar las relaciones sociales entre sexos” (p.6) y para distinguir las prácticas que se le asocian a mujeres y hombres. Por ende, es una “categoría social impuesta sobre un cuerpo sexuado” (p.7).

En relación con esto último, Dorlin (2008) toma a Butler en *Sexo, género y sexualidades* para hacer mención de aquello que Scott (1996) había advertido: que “el cuerpo es el efecto de una relación de poder, en el sentido en que está moldeado, disciplinado por esa relación, que remite a un sistema de dominación articulado a la heterosexualidad obligatoria y la jerarquía de género” (p.96). Ambas autoras dan cuenta de que el género actúa como elemento disciplinador y regulador, que impone un modo de ser y de comportarse, correspondiente a una tipología de los roles sexuales, que subordina a la mujer y engrandece al hombre.

En *El género en disputa*, Butler (2007) combina lo expuesto anteriormente, tanto en lo referente al poder normativo del género como a la división en pares dicotómicos que son funcionales al sistema heteropatriarcal: “el marco binario para sexo y género son ficciones reguladoras que refuerzan y naturalizan los regímenes de poder convergentes de la opresión masculina y heterosexista” (p.99).

A modo de conclusión, y siguiendo a Scott (1996), podemos decir que el género es una relación de poder que forma parte de las relaciones diferenciales entre los sexos, imponiéndose. Ahora bien, y siguiendo a Ana Lucía Villarreal Montoya (2003), esas relaciones de poder que se dan en una sociedad capitalista y patriarcal no pueden ser otras que de dominación y subordinación.

Igualmente, para la autora, “quienes participan en una relación tienen poder y en mayor o menor grado dependen de esa relación para satisfacer alguna necesidad o deseo” (p.7). Esto les otorga a las mujeres un espacio de acción y no sólo de mera reacción, aunque ese ámbito se ve opacado y disminuido al considerar que se mide según los parámetros de la

sociedad patriarcal, que le da más preponderancia al aporte masculino, situado en un espacio de privilegio.

La sociedad invisibiliza la contribución femenina al subordinarla al espacio doméstico y al calificarla como producto del amor, la entrega y el deber natural por su condición de mujer. Exponer, en este caso, implica revalorizar. Siguiendo a Ana Lucía Villarreal Montoya (2003), “esta tarea consistirá en hacer una lectura del poder femenino desde lo femenino, dejar de leerlo desde los valores masculinos, definidos como genéricos por el patriarcado” (p.10).

Teniendo en cuenta esto, puede vislumbrarse una construcción relacional diferente, que contemple la equidad entre hombres y mujeres, y reconozca sus diferencias para respetarlas. Dar cuenta de cómo las relaciones de poder, dominación y subordinación caracterizan a esta sociedad es el puntapié para así deconstruir las nociones internalizadas hasta el momento y proponer nuevas vías de desarrollo humano que superen estas falencias más allá del género.

Una división poco equitativa, el reparto de los roles sexuales

La distribución de los papeles sexuales, como mencionamos anteriormente, es un componente rector de las sociedades en donde reina una posición machista. En ellas se observa de manera clara cuáles ámbitos, actitudes y ocupaciones se les atribuyen a mujeres y hombres. Hay un concepto madre que tenemos que establecer:

Los hombres actúan y las mujeres aparecen. Los hombres miran a las mujeres. Las mujeres se miran a sí mismas siendo miradas. La supervisora que la mujer lleva dentro de sí es masculina; la supervisada, femenina. De este modo se convierte a sí misma en un objeto. (John Berger et al., 2016, p. 47)

De esta manera, encontramos un punto de partida muy claro: la mujer se convierte en un bien más de los que el hombre posee. Por ende, este tiene la potestad de moldear, manipular y apreciar a la mujer, porque su calidad de sujeto, de igual ante él, ha desaparecido. Esto marca una jerarquización absoluta e indiscutible. Cuando Berger habla de que la supervisora interna de la mujer es masculina, quiere decir que hay un examen permanente en los términos en que los hombres ven a las mujeres. Así, ella, en su calidad de objeto, aparece como sumisa y con necesidad de ser asistida por el hombre, quién sí tiene la capacidad de actuar.

Él es fuerte, heroico, protector, seductor, y orientado a roles públicos. Ella es sumisa, obediente, pasiva, sensible, delicada y dócil. Y, por supuesto, marginada ocupacionalmente. El problema con esta imagen estereotipada es que, en la mayoría de

los casos, no es coherente con los cambios que atraviesa la sociedad, y con las reivindicaciones logradas por las mujeres.

Ahondemos más en la cuestión de los estereotipos. La Real Academia Española define estereotipo como “imagen estructurada y aceptada por la mayoría de las personas como representativa de un determinado colectivo”. El inconveniente con estas imágenes estáticas es que le son atribuidas de forma generalizada a un grupo, junto con conductas, habilidades y rasgos que los distinguen.

Dos características pueden resumir lo antes expresado. Siguiendo a María Rosa Berganza Conde y Mercedes del Hoyo Hurtado (2006), los estereotipos representan simplificadamente la realidad y marcan una clara resistencia al cambio. Por ende, al reproducirlos, los medios gráficos quedan investidos de la imposibilidad de recoger, de forma consciente, el discurso emergente en materia de género.

Al hablar de estereotipos encontramos otro problema, que tiene que ver con la capacidad de invisibilizar aquello que no representan, y tornarlo una anomalía. Ser mujer, entonces, es no tener canas, ni arrugas, ni vello corporal. Así, lo que no se muestra, produce rechazo.

En estrecho vínculo con dicha invisibilización, se encuentra el desprestigio hacia la labor femenina en los hogares, en donde se minimiza y desmerece su condición de trabajo. Esto se observa claramente desde la escisión entre trabajo productivo y trabajo reproductivo que instauró el sistema capitalista, entendido como la transformación de la tierra en capital y la conversión del trabajo en trabajo asalariado mediante un proceso violento de expropiación, conquista, matanzas y saqueos. Lo productivo era aquello que generaba valor económico, que originaba un bien comercial para ser intercambiable y que se remuneraba por su generación de plusvalor. Lo reproductivo era, básicamente, el conjunto de tareas necesarias para la perpetración y supervivencia humana, instaurados por las mujeres en el ámbito doméstico. Para este tipo de labor, utilizando el vocablo en el sentido en que Arendt lo hace en el apartado *Labor, trabajo y acción* de su libro *De la historia a la acción* (1995), el reconocimiento social y económico brillaba por su ausencia. Por ende, esa posición se naturalizó a tal punto que se tornó una obligación, y un acto de amor.

Resulta pertinente traer al análisis a Silvia Federici, quien historiza las configuraciones de poder en las que se las insertó, particularmente el rol que la represión sistemática y la caza de brujas tuvo en la formación y reproducción de la clase trabajadora. Tal como expresa Federici (2004), “la división sexual del trabajo no sólo sujetó a las mujeres al trabajo reproductivo, sino que aumentó su dependencia respecto de los hombres” (p. 112). La disminución de las labores femeninas como trabajo doméstico o tareas de ama de casa

hicieron que, incluso, las actividades que ellas realizaran en su hogar carecieran de valor aún si lo hacían para el mercado.

En palabras de la autora, como resultado de la nueva división laboral, a las mujeres se las apartó de cualquier posibilidad de ocupar cargos considerados asalariados y se las redujo a meras reproductoras de la fuerza de trabajo. Se destruyó el control sobre sus propios cuerpos de modo que se las expropió de ellos: devinieron máquinas de reproducción y procreación funcionales al incipiente capitalismo.

Evidente por demás, se impulsó una reestructuración de la sexualidad. Las mujeres quedaron al servicio de los hombres y, se eliminó por completo el ejercicio de su deseo sexual, expulsándolas de la experiencia del placer. Por un lado, desde las concepciones más religiosas, se realzó su “mágica” capacidad de concebir y dar origen a una nueva vida. Se intentó, de este modo, quebrar su poder y capacidad erótica a través de un discurso que nublaste sus pulsiones, emociones y pensamientos.

Por otro lado, aquellas que decidiesen tomar el “camino equivocado” eran designadas brujas y, por tales, perseguidas. Más aún, se veía del todo censurable y aborrecible que adultas mayores tuviesen relaciones sexuales: resulta poco probable que ellas pudieran procrear, ergo, sin sentido práctico e inconcebible.

A las “brujas” se las colmó de significaciones negativas que evocaban sentimientos de miedo y repulsión en los hombres de la sociedad de la época. Se buscó, además, implantar la idea que, con su hacer, opacaban su capacidad de discernimiento y pensamiento objetivo. Fueron reducidas, simplemente, a artefactos sin opinión o decisión.

Cuando la mujer comenzó a ocupar posiciones en la esfera pública desempeñando aquellas labores consideradas productivas, la desigualdad entre lo femenino y lo masculino siguió presente. En primer lugar, la brecha salarial afectó negativamente a las mujeres, al mismo tiempo que la balanza siguió inclinándose hacia los hombres en lo que respecta a la ocupación de puestos de liderazgo y dirección en las empresas.

Un dato no menor es la pregunta hacia las postulantes mujeres que aún persiste en las entrevistas laborales, enfocada en si desean ser madres o si efectivamente lo son, cuestión que determina su selección por sobre su capacidad para el puesto. El problema reside en que a un hombre no le presentarían ese interrogante como evaluante para su contratación; he aquí la clara demarcación de los roles sexuales.

Esto ocurre porque a la mujer se le atribuye un rol natural y primordial: el de estar al cuidado de sus hijos y su hogar. No se concibe bajo ningún aspecto que las labores domésticas y de crianza pueden, y deben, ser repartidas equitativamente. Entonces, entre producción y

reproducción, entre cuidado y actividad económica se encuentran principalmente las mujeres. Como trabajadoras de ambas esferas son “las que sufren cuando (...) funcionan de manera opuesta, y las más conscientes de la necesidad de una mejor integración entre las dos” (Gita Sen, 1995, p. 60).

No menos importante resulta dar cuenta de una estadística, estrechamente relacionada a lo mencionado anteriormente, que pervive hasta el día de hoy en el ámbito laboral: las mujeres madres encuentran mucho más difícil el acceso a una posición de trabajo que los hombres padres. Esto evidencia, una vez más, su rol impuesto *sine qua non*. La madre es quien se ocupa de todos y cada uno de los aspectos concernientes al hogar y la familia y, por consiguiente, resultará menos eficiente que cualquier otra mujer sin hijos o, por supuesto, que cualquier hombre. Frente a esto, quedará aislada, una vez más, por su género y todo lo que se supo construir en torno a él.

Así, resultará apartada desde su origen. La mujer, por su sexo, nace cargando esa multiplicidad de estereotipos que la ubican en una posición de desventaja frente al hombre desde el comienzo de su vida. Son obstáculos establecidos por el reglamento del mundo capitalista y machista. Según este reparto de papeles sexuales, ella aparece, acata, actúa según lo impuesto; es un constructo social que obedece.

Pero bien definimos lo que significan los estereotipos para demostrar que, actualmente, solo eso querrán ser. La mujer ha sabido hacerse valer reivindicando su imagen y lugar en los últimos años, pese a las imposiciones implantadas. Consecuentemente, de manera paulatina, los distintos sectores de la sociedad incorporan esta perspectiva que exige mayor grado de reconocimiento e igualdad para todo género. Restaría, entonces, que se efectivice y aplique en todos los campos de acción humana.

Exagerar, normalizar y simplificar: el concepto de hiperritualización

Dentro de una sociedad y una tradición cultural determinada pueden inscribirse ciertas acciones que no sólo se realizan de forma reiterativa, sino que poseen un valor representativo. A este conjunto de actos ceremoniales se los denomina rituales. Su réplica y perpetuación refuerzan la autoridad de quienes los han instaurado y agrupan a sus integrantes bajo una misma lógica, idea o eje rector, que se presenta como natural e invariable.

Por su parte, Goffman (1991) pone en juego el concepto de ritualización y lo categoriza en dos tipos. En primer lugar, se encuentra la ritualización de primer grado, que hace referencia a aquellas expresiones y comportamientos que las mujeres deben cumplir “naturalmente” en la sociedad patriarcal, determinadas por una titularidad de sexo. En segundo lugar, hace

su aparición la ritualización de segundo grado, propulsada por la imagen fotográfica de revista, que tiene el papel de propagar esa visión tradicional de las cosas.

Para Goffman, entonces, esas imágenes no crean por sí mismas las exhibiciones ritualizadas que utilizan, sino que las recogen de la esfera social para maximizarlas, explotarlas y reforzarlas.

El idioma ritual que la sociedad patriarcal emplea no es más que aquel que subordina, deslegitima, sexualiza, cosifica e infantiliza a la mujer. Lo femenino aparece como aquello que carece de valía, importancia o visibilidad con respecto a lo masculino. El deber ser se asocia a características como la docilidad, la maleabilidad, la sumisión, el recato o la consecución de la maternidad para lograr la plenitud.

El poder que tiene la imagen fotográfica es la tendencia a naturalizar estos estereotipos sobre la mujer y el hombre, y con ello, hiperritualizar las formas de ser y de comportarse estipuladas por la sociedad patriarcal. La hiperritualización, entonces, no es sólo la convencionalización de nuestras convenciones, sino que implica la puesta en escena de determinados ritos para lograr una interpretación afín a lo que la cultura machista sustenta y enarbola.

Pero más importante aún es que los rituales, como hemos esbozado anteriormente, ejercen un efecto simplificador de los fenómenos que capturan y una normalización de lo que exponen. Esa doble acción se traslada a las imágenes de las revistas, lo que sirve como perpetrador de esa visión reduccionista y estereotipada, y su presentación como inapelable e incuestionable.

Al respecto de los elementos a capturar en dichas imágenes, Goffman menciona tres cuestiones que hacen a la relevancia del análisis del fenómeno hiperritualizador que ellas ponen en marcha: “los estilos de comportamiento relacionados con el sexo, la manera como la publicidad presenta de ellos una visión finalmente sesgada y las reglas de producción escénica particulares de la forma fotográfica” (p.139).

Cuando el autor habla de la primera de las cuestiones, los estilos de comportamiento, hace referencia al modo en que hombres y mujeres toman actitudes “correspondientes” a sus sexos en las fotografías mediáticas. La postura femenina ante hombres (pero, también, ante otras mujeres) es radicalmente opuesta a la masculina a fin de diferenciarse entre ellos. De este modo, lo que se hace es ritualizar lo que suele representarse en la vida cotidiana, llevándose a una escena ficticia. Así, se refuerzan los estereotipos relacionados al sexo como si solo se tratase de rellenar dos compartimentos contrapuestos. Más aún, muchas

veces, esta escena falaz no sólo lo es respecto a los sexos sino a los personajes que allí se exhiben: sujetos que nada tienen que ver con el papel que representan.

La segunda cuestión se vincula con esta inicial. Da cuenta, precisamente, del modo en que lo que se vislumbra en las imágenes fotográficas de las revistas es una visión absolutamente sesgada a fin de mostrar un sujeto ideal en un contexto ideal. Resultan personajes ejemplares, sublimes, que se toman de medios elevados para fines que no lo son.

Consecuentemente, el trabajo del periodista gráfico se asimila vigorosamente a la sociedad en su intención de colmar sus actos y representaciones de signos rituales que faciliten la orientación de sus participantes. Ambos disfrazan la realidad convirtiendo hechos en historias sencillamente descifrables y con las que los sujetos se puedan identificar.

Y si se trata de enmascarar lo real, no solo debemos tener en cuenta la presentación de estos estereotipos sino también las reglas de producción escénica particulares de la forma fotográfica como base esencial. Es decir, de qué manera los que construyen esas imágenes se valen de los recursos sociales disponibles para alcanzar su objetivo de representación, dispar a lo verdadero.

Suma, Goffman: “con la presencia de unos cuerpos ante otros y rodeados de elementos no humanos, puede darse forma a la expresión”. (p.144). Se moldea a partir de una manifestación sesgada, de un retrato que no refleja, sino que construye a partir de concepciones internalizadas por el hombre respecto a su idea de mujer, ubicando los elementos de modo que apliquen a lo que se quiere comunicar acerca de ella.

A propósito, entonces, traemos un fenómeno recurrente que tiene que ver con lo que sucede cuando el hombre (o la mujer que carga su misma filosofía o perspectiva social) es quién está detrás del lente que “captura” a una figura femenina. Nos encontramos, nuevamente, en la búsqueda de lograr poses brillantes y una resultante cosificación. Imágenes que deforman la realidad, en todo aspecto: no son esos estereotipos la única mujer posible; no son esos sus principales valores y/u objetivos de vida; no es eso lo que conforma su identidad; no son esos sus verdaderos cuerpos; ellas no son esas. Son, según estas simbologías, lo que las voces machistas desean que sean.

Lo preocupante surge cuando evidenciamos que estas imágenes, si bien entendemos no reflejan realidades, construyen otras. Para comprender esto, primero se deben deducir otros aspectos. Joanne Hollows (2000) plantea tres problemas respecto a lo mencionado: “la relación entre los medios y la realidad; los problemas con el análisis de los contenidos; y los problemas con el análisis de los efectos” (p.18).

El primero de los tres abordajes resulta el de principal atención. Dice Hollows que existe un paradigma que se basa en asumir que los medios de comunicación funcionan como una ventana del mundo, un reflejo exacto de la sociedad. Sin embargo, las representaciones que éstos hacen de las mujeres quedan absolutamente ligadas a concepciones antiguas y denigrantes de la figura femenina por lo que, lejos de actuar como espejo, se produce un “desfase cultural” y se portan como constructoras de existencias tergiversadas por un discurso anticuado. Aquí, como bien adelantamos, el problema reside en entender que efectivamente los medios representan la realidad y, por tanto, admitir ese modelo “real” de femineidad:

Además, esta investigación asume que lo que significa ser un hombre o una mujer es simple, auto-evidente, invariable e ignora las maneras cómo las identidades de género son cortadas por otras formas de identidad cultural como la raza o la clase.
(Joanne Hollows, 2000, p. 18)

Debemos aprehender y legitimar, entonces, que las formas mediáticas no realizan construcciones correctas o equivocadas, sino que elaboran y estructuran significaciones en determinados contextos históricos y geográficos concretos.

El segundo abordaje da cuenta de un problema a nivel analítico respecto de los medios de comunicación. Históricamente, se ha puesto el foco en el estudio sobre qué se ofrece como contenido por sobre cómo se ofrece ese contenido. El contratiempo de éste recae en la generalización -y, consecuente estereotipación- de las figuras dado que se trata a los materiales como categorías homogéneas, transparentes y no sujetas a interpretaciones (ignorando la organización del significado dentro de los mismos textos). Esto genera que los temas se den por sentado, que no se analicen respecto al contexto cultural en el que se producen y consumen, y que fabriquen, por ende, interpretaciones y conclusiones erróneas.

Este último abordaje se relaciona con el tercero en cuestión, en tanto se entiendan a los mensajes mediáticos como “auto-evidentes”. En éste existe la asunción de que los contenidos que emiten los medios de comunicación son nada más y nada menos que generadores de efectos directos sobre la audiencia (que, a su vez, desembocan en conclusiones tajantes respecto a estas consecuencias).

Bien sabemos, sin embargo, que no puede asignársele un único significado a cada texto: los medios no son todopoderosos, la audiencia no es puramente receptora y pasiva, y los discursos son polisémicos y, como tales, capaces de ser leídos o decodificados de distintas maneras según el público que lo consuma. Esto resulta de vital importancia a la hora de analizar textualidades para dar cuenta de que el significado de esos discursos se desarrollará de manera distinta según quién haga la lectura y desde dónde la ejecute.

Las edades de la mujer en el periodismo gráfico, un retrato de la distorsión

Asimilar que los medios construyen realidades, evidenciar el modo en que lo hacen, y deducir que no tienen el poder absoluto sobre nuestras posibilidades de acción es imprescindible a la hora de trabajar representaciones mediáticas para evitar caer, precisamente, en estereotipos o imposiciones ajenas a lo auténtico, aquello que está libre de concepciones impuestas.

Capítulo 2 - La mutación mediática de la contemporaneidad

La aparición de las redes sociales como nuevos medios

Podemos determinar un primer punto de partida de lo que hoy conocemos como redes sociales, en 1989, a partir de la fundación de la *World Wide Web* (Red de Extensión Mundial, WWW). Este fenómeno dio inicio a un nuevo tipo de comunicación en redes, comenzando con *blogs*, medios de suscripción a noticias, entre otros: allí, podrían vislumbrarse las primeras conformaciones de comunidades *online*.

Hacia los años 2000, se manifiesta la *web 2.0* para dar paso a los servicios digitales como vehículos interactivos de la sociedad en red. Se reciben como un nuevo tipo de infraestructura a nivel global y continúan su evolución constante como parte de las prácticas sociales cotidianas. Más adelante, el accionar humano se introduce directamente en esta evolución para moldearla según sus tácticas, a partir del desplazamiento cada vez mayor de las actividades cotidianas de los usuarios al ámbito *online*. Este es un aspecto en el que profundizaremos más adelante.

Al hablar de redes sociales, podemos configurar múltiples definiciones en torno a ellas. Como plataformas, comunidades o estructuras, permiten la conexión entre públicos muy diversos y dispersos, así como la difusión de información de manera ilimitada. Esto último nos permite afirmar que las redes sociales se han posicionado como un nuevo sistema de entretenimiento e información y, como tal, ha tomado recursos provenientes de sus antecesores, denominados comúnmente como medios tradicionales. Así, reúne elementos propios de aquellos para resignificarlos a partir de la interacción, la inmediatez y la deslocalización.

Durante la era de la *Web 2.0*, la comunicación ha sufrido un viraje en esos términos. Su digitalización va en línea con los cambios acaecidos en las condiciones de la circulación discursiva que afecta cada espacio de la vida social, política y económica. Las redes sociales participan de esta mutación al esgrimirse no sólo como nuevos medios de interrelación e interacción comunicativa, sino como los nuevos medios de difusión y comunicación de la sociedad contemporánea.

Entonces, siguiendo a Carlón (2018), las redes sociales mediáticas se configuran como “espacios en los que diferentes enunciadores pueden apropiarse de contenidos generados por otros para difundirlos o resignificarlos y, también, producir y dar a conocer discursos que una vez publicados circulan libremente” (p.5). Ahora, la información no sólo es leída por las masas, sino que también es generada por ellas.

Esta desintermediación es algo que caracteriza a la sociedad contemporánea, núcleo gestor de los nuevos medios con base en *Internet*. Tomaremos la denominación que vehiculiza Carlón (2016) para hablar de este tipo de sociedad, y la llamaremos sociedad hipermediatizada. Este concepto se desprende de la convivencia entre dos sistemas mediáticos que caracteriza a este período, pues los medios masivos o tradicionales ahora coexisten con los nuevos.

Pero, además, en la sociedad hipermediatizada ambos sistemas no sólo cohabitan, sino que se interpenetran entre sí. Tener influencia de y hacia los medios es otro aspecto que califica a este tipo de sociedad, pues es el seno de una compleja intercomunicación constante entre unos y otros medios. Así, y tal como expresa Van Dijck en *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*, al retomar las palabras de Lisa Gitelman, se conforman como constelaciones de medios que se conciben como

estructuras de comunicación producidas por la sociedad, que incluyen tanto determinadas formas tecnológicas como los protocolos asociados a ellas, y en las que la comunicación constituye una práctica cultural, una colocación ritualizada de distintas personas en el mismo mapa mental, que comparten o adoptan determinadas ontologías de representación” (Van Dijck, 2013, p.7).

En síntesis, se establece una relación intersistémica que aumenta la profundidad y complejidad de la circulación comunicacional y discursiva. A esa circulación, Carlón (2018) la denominará hipermediática.

Anteriormente, en las denominadas sociedad moderna y posmoderna, las relaciones entre los medios se daban al interior de cada sistema, y había una clara diferenciación entre el área de producción y reconocimiento. Mientras en el primer grupo se ubicaban indiscutiblemente las instituciones, el segundo le pertenecía a los colectivos y actores individuales. Ambos polos no sólo eran asimétricos, sino que la información tenía una clara y única dirección, que iba desde los medios masivos hacia los receptores masivos y, por tanto, pasivos.

Si bien al estallar las redes sociales, y al presentarse con atributos aparentemente democratizantes, la situación se modifica en términos de pluralidad participativa y constructiva, sigue existiendo una lógica directiva que filtra determinados mensajes en razón de sus propias normativas internas de convivencia, bienestar o respetabilidad.

Igualmente, podemos destacar algunos hitos relevantes de este viraje. En primer lugar, los medios masivos comenzaron a ser considerados el “arriba”, pero sin ser, por ello, inapelables. Entonces, la brecha entre producción y reconocimiento se tornó borrosa para,

finalmente, diluirse por completo. De esta manera, los discursos de los colectivos e individuos ya no se encuentran sólo en reconocimiento, sino también en producción.

Siguiendo a Carlón (2018), para entender este proceso tan propio de la sociedad hipermediatizada “es necesario abandonar ciertos esquemas mentales que funcionan como configuradores predeterminados para el análisis y establecen situaciones fijas” (p.5).

Así, estamos en presencia de lo que Alvin Toffler denominó en su libro *La tercera ola* (1980) como la figura de los “prosumidores”, es decir, de ese doble rol o papel que las redes sociales mediáticas fueron tejiendo, donde un usuario tiene la potestad tanto de consumir contenido como de crearlo.

Nos adentramos, por lo tanto, en lo que Henry Jenkins (2006) denominará como la cultura de la convergencia, aquella unión entre viejos y nuevos medios que lleva a un entrecruzamiento inédito entre el poder del productor y del consumidor, y la estructura de los medios corporativos con la de los populares. Pero a su vez, este movimiento también es parte de la propia dinámica de los públicos, pues pasan de ser consumidores sedentarios a protagonistas nómades. De esta forma, la audiencia se desplaza entre las redes y los medios masivos, y en el interior de cada uno de ellos, para buscar la información que gustan conseguir en el momento en que desean obtenerla. Los migrantes establecen sus propias conexiones, generan una opinión al respecto y, también, son capaces de emitirla.

Como mencionamos anteriormente, la interpenetración entre sistemas generó una modificación y una sofisticación de las direcciones comunicacionales o, también denominada, circulación hipermediática. Nos centraremos en la clasificación brindada por Carlón (2016) para ahondar en este punto.

Mientras en la era de los medios masivos la información partía de ellos en tanto instituciones, ahora contamos con múltiples direccionamientos movilizados por actores muy diversos. De esta forma, podemos mencionar cuatro tipos de circulación, teniendo en cuenta a los medios masivos como el “arriba”, y a los medios con base en *Internet* como el “abajo”.

En primer lugar, podemos mencionar la circulación ascendente/descendente, donde la información surge en las redes sociales, asciende a los medios masivos y luego vuelve a descender. En segundo lugar, encontramos a la circulación descendente/ascendente, donde el movimiento es inverso, descendiendo desde los medios masivos hacia las redes y, luego, retornando a los primeros.

Por último, tenemos dos clasificaciones que tienen como punto en común la horizontalidad, pero se originan de forma disímil. Por un lado, está la circulación descendente/horizontal,

donde los contenidos provenientes de los medios masivos son dialogados, comentados, replicados y discutidos en redes sociales entre internautas, pero sin escapar de ese sistema en sí. Mientras tanto, y para finalizar, sucede algo parecido durante la circulación ascendente/horizontal, dónde ciertos eventos, informaciones, convenciones o acontecimientos no son capturados por los medios masivos y, únicamente circulan dentro de la red, espacio donde fueron concebidos. Ahondemos sobre esto último para pensar el modo en el que los discursos se integran y disipan en la red.

Las plataformas 2.0 inician como servicios pensados para el intercambio de contenidos cotidianos comunicacionales, algunos, incluso, ideados por grupos de aficionados o entusiastas de los dispositivos disponibles en ese momento, y su respectivo avance. Con esto en mente, se vislumbra, entonces, que las plataformas no son meros aparatos de difusión de contenidos o facilitadores de actividades en red, sino que se construyen en conjunto con las prácticas sociales. Y, a la vez, los mismos dispositivos se cargan de significaciones de acuerdo a los intereses de quienes disponen o hacen uso de ellos.

Siguiendo a Van Dijck (2013), comprendemos que los miembros de la sociedad que consumen estos medios de comunicación emplean tácticas de negociación para evitar ser dominados por las instituciones y organizaciones que se encuentran en poder de aquellos. Los usuarios “inventan lo cotidiano” en tanto negocian los modos de apropiarse de los usos asociados a las plataformas, aunque son captados por la lógica que aquellas instituyen e instauran.

De este modo, poco a poco, hábitos y prácticas informales, casuales y/o cotidianas se han hibridado cada vez más con las plataformas en sí mismas. Se convirtieron en inscripciones formalizadas adquiriendo un valor diferente:

Enunciados que antes se emitían a la ligera hoy se lanzan a un espacio público en el que pueden tener efectos de mayor alcance y más duraderos. Las plataformas de los medios sociales alteraron sin duda alguna la naturaleza de la comunicación pública y privada (Van Dijck, 2013, p.14).

Esto explica, además, que los medios lejos están de ser productos acabados; por el contrario, son objetos en constante transformación a partir de las necesidades y deseos de los usuarios.

De acuerdo a todo lo expuesto, estamos en condiciones de concluir que los discursos que se emiten actualmente en la sociedad hipermediatizada son retomados por -o difundidos a través de- las plataformas digitales y, a partir de su propagación, generan efectos antes

impensados. Las voces que los manifiestan no necesariamente deben infundir una posición de poder para ser escuchadas y generar un impacto.

Estamos frente a un fenómeno relativamente nuevo que nace en el seno de la sociedad contemporánea y sus conflictos, y se “eleva” hacia las redes sociales. Allí, busca su propio lugar y produce sus propios resultados. La mayor parte del tiempo, estos se relacionan estrechamente con las inquietudes de las personas y las interpelan.

En síntesis, se va trazando una cadena de transformaciones que refuerza a cada uno de sus eslabones, siendo la reorganización del panorama mediático la habilitante no sólo de nuevas formas de circulación discursiva, sino de puestos de producción y creación para la audiencia, antes vetados, pero no por ello en igualdad de poderío con las instituciones y las manifestaciones hegemónicas, tradicionales y dominantes que de ellas emanan.

Capítulo 3 - Un acercamiento a la historia del feminismo

De qué hablamos cuando hablamos de feminismo

Con el correr de los años, cada vez son más los autores que eligen escribir acerca del feminismo, su historia, sus implicancias. A la par, han crecido las definiciones de la palabra, hasta lograr cuantiosas y variadas respecto de ella. Es así, que hoy en día estamos en condiciones de afirmar que “feminismo” responde a un término polisémico por lo que, en él, podemos hallar multiplicidad de acepciones.

Si bien se desconoce el origen exacto del término, al trazar un recorrido histórico encontraremos sus manifestaciones más efervescentes a finales del siglo XIX en Francia, para referirse, primeramente, a la emancipación de las mujeres. Pero no fue hasta el desarrollo del primer Congreso Feminista en París de 1892 que esta denominación cobra aprobación y popularidad. Su repercusión se hizo carne, incluso, en Argentina a través del lanzamiento de la primera publicación feminista llamada *La voz de la mujer*, en 1896. Más tarde, mediando la década de los años 90, comienza a expandirse a través de los distintos países de Europa y se recibe en algunos otros países de América.

De acuerdo al momento histórico en el que se introdujo en cada región, el feminismo buscó representar distintos intereses o motivaciones. Asimismo, con el paso del tiempo, estos objetivos variaron –y, tantos otros, se agregaron- por lo que la definición del mismo también sufrió alteraciones.

De todas maneras, podemos introducir algunas posiciones y expresiones que nos permitan dar cuenta de aquellas vetas que privilegiamos de este concepto tan complejo y plural. Podríamos iniciar siguiendo a Elisabeth Schüssler Fiorenza (2004) y esbozar que el feminismo es el “movimiento y teoría concernientes a los derechos, la dignidad y la igualdad económica, social, política y religiosa de todas las mujeres. Se centra en la lucha de las mujeres contra la dominación, explotación, opresión y deshumanización” (p.275).

Por ende, retomamos la cuestión de la multiplicidad del concepto al entenderlo como una teoría política, un movimiento social y una postura filosófica movilizadora, articulada y propulsada por las mujeres en plena conciencia de la opresión, dominación, y explotación de las que son objeto por el simple hecho de ser mujeres dentro de un sistema patriarcal.

Ante aquello, el colectivo femenino se organiza para obtener el reconocimiento, la liberación y la consecución de aquello que le fue negado. Es por esto que Nuria Varela (2008), llama “impertinente” al feminismo, porque motoriza un cuestionamiento hacia lo establecido, lo heredado y lo tradicionalmente avalado. El feminismo en tanto práctica política sacude los

cimientos de una estructura edificada sobre la sumisión de las figuras femeninas. Ellas subvierten el reparto de los roles sexuales, los estereotipos y los mandatos para demostrar que lo que no se ajusta al canon genera molestia y repulsión. Una vez más, “el orden establecido está muy bien establecido para quienes lo establecieron, es decir, para quienes se benefician de él” (p.9).

En relación con esto, podemos preguntarnos desde qué posición y bajo qué mirada se ha construido cada esfera de nuestra vida política, judicial, económica y social. Es pertinente preguntarnos, entonces, desde dónde se juzga, evalúa y examina el accionar femenino. En un sistema patriarcal y machista el eje central y rector se configura en torno a la figura del hombre, que se convierte no sólo en un modelo sino en el sujeto exclusivo de este tipo de sociedad.

Los hombres hacen, dictaminan, determinan y exigen a las mujeres que se guíen por sus mismas reglas, escritas para ellos y por ellos. Por lo tanto, las figuras femeninas ven cómo su conducta resulta definida en razón de un punto de vista enteramente masculino. La mujer, así, no es dentro del sistema, sino que ve objetivizada su capacidad de ser.

Dentro de este panorama es que aparece el feminismo como aquel que busca exhibir las construcciones que se han originado y llevado adelante sin la participación, decisión e intervención de las mujeres e, incluso, en contra de ellas. Pero es importante recordar que el poder no está solamente asociado al hacer, sino al decir. Los discursos que se movilizan en torno a ciertos conceptos, como el de feminismo, se ven afectados por quienes, desde su espacio de autoridad, deciden cómo definir aquellas cosas que se les presentan como desestabilizantes.

Producir y diseminar un lenguaje sexista y anticuado expone el compromiso férreo con las definiciones que desmerecen y disminuyen a las mujeres. Siguiendo a Nuria Varela (2008), es importante reivindicar el papel de las mujeres como autoras y actrices de sus propias realidades y experiencias, destruyendo el idilio que rodea a la figura masculina como el paradigma a seguir y, sobre todo, desprestigiar su universalidad.

De allí que sea relevante presentar una posición superadora que no se ancle en el feminismo como la consecución de los derechos masculinos para las figuras femeninas de la sociedad, sino que se reconozca a las mujeres como sujetos con sus propias necesidades, reclamos y capacidades.

Esto mismo expuso Marcuse (1983) en *Calas en nuestro tiempo. Marxismo y feminismo. Teoría y praxis. La nueva izquierda*, donde marcó cómo el movimiento feminista se articulaba entorno a dos niveles; uno en donde se buscaba una igualdad en terrenos

económicos, sociales y culturales, y otro posterior que se posicionaba como rebasador del anterior, en dónde se apuntaba a construir una sociedad que dejara atrás la dicotomía hombre-mujer para edificar una base, principio o fundamento diferente.

El feminismo, entonces, no apela a la superioridad de la mujer por sobre el hombre, ni tampoco en excluirlo de su programa. No persigue fines obstaculizadores al ser y hacer masculino. Por el contrario, busca hacer parte a las figuras masculinas de la sociedad para convocarlas a relaciones menos asimétricas y degradantes para el género femenino para, en última instancia, apuntar a la conformación de un orden societario beneficioso para ambos frentes, sin implicar relaciones de dominación o imposición de uno sobre el otro en el proceso.

El feminismo funciona, de esta manera, como altavoz de la degradación femenina que, a su vez, termina por disminuir a la figura masculina. La lucha y movilización giran, entonces, sobre la desarticulación de vínculos que desde su gestación se han entrelazado con la opresión, la desigualdad y la supremacía para promulgar, en su lugar, una reformulación de los términos en condiciones favorables y justas para hombres y mujeres, sin reducir ni invisibilizar a ninguna de las partes.

Breve recorrido histórico

El origen de la lucha de las mujeres suele ubicar su inicio formal a finales del siglo XVIII, cuando comienzan a participar de grandes acontecimientos históricos como son el Renacimiento, la Revolución Francesa y rebeliones socialistas -de manera subordinada- aun reivindicando su autonomía a partir de la obtención del derecho al sufragio. Sin embargo, las primeras apariciones de movimientos por la reivindicación del lugar relegado de la mujer se detectan siglos antes.

A lo largo de la historia, muchas mujeres se han cuestionado el rol que la sociedad les ha marcado, de tal forma que buscaron desafiarlos, cada una con las herramientas que su contexto les proveía. Algunos cimientos incipientes, pero no por ello menos relevantes, son los edificados por figuras como Guillermina de Bohemia, una filósofa que creó en el siglo XIII una iglesia para mujeres de todas las clases y castas en una coyuntura de inferioridad para las figuras femeninas, o Christine de Pizan, escritora que sacó a la luz su obra *La ciudad de las damas* en 1405, con un corte crítico acerca de la misoginia y subordinación que sufrían las mujeres en su época.

Pero en tanto movimiento que encierra una conciencia plena de lucha por una causa común, y no en materia de aportes individuales como en los casos citados

anteriormente, puede trazarse una división cronológica en la historia del feminismo a través del vocablo “olas”.

Aunque hay varias interpretaciones de los recortes temporales, ubicaremos la denominada primera ola desde la Revolución Francesa hasta mediados del siglo XIX. El llamado siglo de las luces sería el núcleo gestor de este primer momento, donde habitaba no sólo la oposición a la jerarquización entre ambos sexos sino la falta de coherencia con respecto al ideal de libertad, igualdad y fraternidad, que hizo a un lado la diferenciación entre hombres y mujeres. Quienes levantaron la voz en ese entonces abogaron por el reconocimiento de la mujer como un sujeto de derechos, y no como un objeto a relegar al hogar y al rol materno.

En un contexto, como era el del siglo XVIII, en donde se proclamaba la Declaración de los Derechos del Hombre y el Ciudadano y, con ella, se enarbolaban los derechos fundamentales de los hombres únicamente, se distinguieron dos figuras importantes: Olympe de Gouges, escritora, dramaturga, panfletista y filósofa política francesa, y Mary Wollstonecraft, escritora y filósofa inglesa. De Gouges militó por la abolición de la esclavitud y fue la responsable de la redacción de la Declaración de los derechos de la mujer y la ciudadana en 1791. En este texto, puso en clara evidencia que las mujeres no contaban con derechos civiles y políticos, mientras que los hombres hacían pleno uso de los mismos.

Por otro lado, Wollstonecraft, fue reconocida por su obra, *La Vindicación de los derechos de la mujer y la ciudadana* (1792). En este escrito, Wollstonecraft pone en tela de juicio y argumenta el error que comete la firme postura de teóricos políticos y educacionales dejando a las mujeres fuera del acceso a la educación. Así, se reconoce como una de las primeras obras de la literatura y filosofía feministas. Ambas se convirtieron en referentes y extendieron las bases para el desarrollo de la lucha feminista, una que desmitificaría aquellos preceptos que le atribuían a la figura femenina la docilidad, belleza y fragilidad, mientras se las relegaba de los ámbitos académicos e ilustrados.

Será a mediados del siglo XIX cuando se conformará la segunda ola feminista, también llamada sufragismo. Mientras en la anterior etapa teníamos una lucha de corte intelectual y civil, ahora prevalecerá la construcción de un movimiento de acción tanto político como social. Tal es así que en 1848 se desarrollaría la convención Seneca Falls sobre los derechos de la mujer en Estados Unidos. Allí, no sólo las mujeres se agruparon para reclamar por la libertad femenina en la toma de decisiones pertinentes a su vida, sino por las restricciones a derechos políticos a las que estaban sumidas.

En un primer estadio, la segunda ola estuvo centrada en la consecución del poder político para las mujeres a través del voto. A finales del siglo XIX e inicios del XX, el sufragio femenino empezó a vislumbrarse como una realidad mientras se generaba, al mismo tiempo, la puesta en marcha de diversos métodos de lucha y resistencia, tales como las huelgas de hambre, los encadenamientos o los sabotajes a discursos políticos movilizadas por las sufragistas lideradas por Emmeline Pankhurst, quienes fueron pioneras en aquellas estrategias.

Nueva Zelanda se consagró como el primer país del mundo en aprobar el voto femenino en 1893. A él le siguieron Australia en 1902, Finlandia en 1906, Rusia en 1917, Reino Unido al finalizar la Primera Guerra Mundial e, incluso, Estados Unidos en 1920. A esta victoria se le sumó, además, la cosecha del acceso a las universidades.

Al llegar el período de entreguerras, el movimiento feminista atravesó un amesetamiento debido a los nuevos logros conseguidos, que dejaron satisfechas muchas de las demandas movilizadas hasta entonces. Pero luego de la Segunda Guerra Mundial, las mujeres se negaron a retomar el rol sumiso, obediente y pasivo que la sociedad patriarcal les imponía. Así, se movilaron debates muy diversos, tales como la sexualidad, la reproducción, el ideal de familia, la anticoncepción, el trabajo fuera del hogar o la desigualdad entre sexos. Algunos de los pedidos que circulaban eran el acceso a trabajos en el ámbito público bajo la eliminación de la disparidad salarial, el derecho a disponer de su deseo materno y, por tanto, de sus cuerpos, o gozar de la capacidad de divorciarse sin ser señaladas y relegadas.

Aún más, se construyó un mito deshumanizante en torno a la figura de las feministas, con el fin de generar una imagen mental que las representara como monstruos antinaturales, criaturas “devora hombres”, en contra del modelo tradicional de mujer. Se las posicionó, en uno de los ámbitos rectores de la sociedad y el mundo, como destructoras de la naturaleza de Dios, como profanas del orden religioso. Se las impregnó de toda característica presente en cualquier revuelta y, de ellas, se dispersaron los miedos que producen en la sociedad: la revolución feminista aniquila la obra de Dios, esclaviza al hombre, devasta el hogar.

Algunas figuras claves del segundo estadio de esta ola, en materia de escritos feministas, son Simone de Beauvoir con *El segundo sexo* (1949), o Betty Friedan con *La mística de la feminidad* (1963). Lo que implica ser mujer pasa a entenderse, siguiendo a Beauvoir, como un constructo cultural y social, moldeado por y para los fines de la sociedad patriarcal, que oprime el cuerpo femenino y lo somete al ámbito privado, al mandato biológico y a las labores de crianza y cuidado. Es así que, durante este

momento, se cuestiona la invisibilización y desmonetización del trabajo doméstico, así como la inequidad a la hora de distribuir los papeles sexuales.

Por su parte, Betty Friedan exhibió el “problema que no tiene nombre”. De esta manera, la frustración que las mujeres sentían se vinculaba principalmente al papel social que le era atribuido por el patriarcado. Su deber ser las sofocaba, pues debían priorizar el cuidado de los otros frente al suyo propio. En tanto partícipe y directora de su vida, la mujer es poseedora de deseos, capacidades y habilidades que son desdibujadas por la mística de la femineidad, pues ésta los penaliza. Se traza, entonces, un vínculo estrecho entre la insatisfacción femenina y el peso de lo esperado, determinado y estructurado para sí misma en tanto mujer y, por ende, madre y esposa. Esto conmovió a muchas de las figuras femeninas de la sociedad, y las llevó a replantearse su rol en la comunidad.

Llegado el año 1966, Betty Friedan fundó la Organización Nacional de Mujeres, o NOW por su sigla en inglés, y reunió a más de 300 afiliadas, junto a las que se consagró como figuras relevantes dentro del feminismo liberal. En alianza, lucharon por rescatar a la mujer del espacio de opresión al que se la sumía para brindarle el ejercicio pleno y absoluto de sus derechos, cuestión que los hombres ya podían hacer desde antaño.

Siguiendo con Simone de Beauvoir, debemos tener presente que los planteamientos que edifican sus escritos son apoyados por la corriente que conocemos como feminismo de la igualdad, que se opone al feminismo de la diferencia, pensamiento o filosofía que nace en los años setenta como respuesta a la primera. Ambos lineamientos parten de una misma base: hombres y mujeres son originariamente seres humanos. Pero, entre estas, hay una distinción crucial.

El feminismo de la igualdad reclama paridad entre mujeres y hombres, en todo ámbito, en todo el mundo, y expresa que para ello resulta fundamental el establecimiento de un nuevo contrato social. A esta teoría, se contrapone aquella que reivindica la existencia de valores femeninos distintos a los masculinos. El feminismo de la diferencia también plantea la equidad entre géneros, pero demuestra necesaria la búsqueda de una resignificación del sentido negativo con el que se ha cargado a la diferencia femenina para, así, otorgarle una connotación positiva a sus posturas teóricas. Una igualdad *entre* hombres y mujeres se exhibe como distinta a una igualdad de mujeres *con* hombres; esta última implicaría aceptar un modelo social y cultural androcéntrico.

La llamada tercera ola del feminismo, por su parte, tuvo lugar a principios de la década de los 90 en Estados Unidos. Más precisamente, se originó en 1991, signado por el testimonio televisivo de Anita Hill en el que denunciaba a Clarence Thomas, nominado y próximo a asumir como Juez en la Corte Suprema de los Estados Unidos, por acoso

sexual. La Corte falló a favor de Clarence, hecho que desató una inmediata respuesta feminista.

Rebecca Walker fue quien asumió el mando de esta tercera ola con la escritura de un artículo que tituló *Becoming the Third Wave* (Comenzando la tercera ola). Allí, expuso al feminismo de esta nueva etapa como un movimiento en sí mismo que ahora contemplaba un arduo trabajo próximo. Expresó la importancia de tomar al nombramiento de Clarence como recordatorio de que la lucha feminista seguía en pie y, más aún, estaba lejos de terminar. Además, apuntó a que la indignación colectiva por este caso puntual se vuelva fuerza y poder para continuar esa lucha.

Esta tercera fase acogió el individualismo, la diversidad y, en línea con ello, la interseccionalidad, término introducido por Kimberlé Williams Crenshaw, académica estadounidense, para poner de manifiesto que las mujeres son sometidas por género, raza y clase a través de “capas de opresión”. Esta noción se relaciona estrechamente con esta ola dado que la misma insertó de manera directa el cuestionamiento del “feminismo blanco” que imperaba hasta el momento y, contra ello, la necesidad de incorporación de las interseccionalidades a la lucha de las mujeres.

El “feminismo blanco”, por su parte, representaba y se dirigía a mujeres blancas de clase media, con características bien definidas por las concepciones hegemónicas. El feminismo de interseccionalidad deja de lado la idea de expresión de “una mujer” en singular, para manifestar y tener en cuenta las experiencias de quienes quedan fuera de las categorías CIS, heterosexuales, de clase media, blancas o urbanas.

A fin, entonces, de concluir con dichas disimilitudes, esta ola trazó un movimiento de unión entre todas las personas, contemplando sus particularidades, pero sin que estas dejen a nadie afuera. Se interesó en un verdadero empuje por la igualdad y el cumplimiento de derechos delineando nuevas teorías y estudios que sustenten el cambio de paradigma que nacía.

El progreso tomó forma de investigaciones acerca del hombre, la masculinidad y teorías binarias de la categoría sexo-género, logrando una evolución en los estudios de la mujer que desembocó en lo que hoy conocemos como Estudios de Género y Desarrollo. Éstos ponen el foco en la distinción de la diferencia (considerando a las mujeres como sujetos históricos y políticos) para, mediante metodologías y epistemologías específicas, lograr un análisis exhaustivo de las realidades de las mujeres, teniendo en cuenta configuraciones de cultura, raza, sexualidad y religión.

Estas concepciones y el carácter desigual de las condiciones entre géneros han persistido durante el siglo XXI. Sin embargo, a la par ha crecido el nivel de conciencia al punto de obtener fuerza global y, a partir de esta, se han desarrollado múltiples manifestaciones feministas masivas. Entre ellas, evidenciamos el 8 de marzo de 2018, fecha en la que se protagonizó una jornada histórica de huelga internacional; *#MeToo*, el movimiento iniciado a partir de un *hashtag* en redes sociales, su consecuente viralización y llamado a la acción con repercusión mundial, a raíz de una denuncia de acoso y agresión sexual por parte de un reconocido productor de cine estadounidense.

Existen avances evidentes gracias a la incesante lucha feminista, mas aún sigue persistiendo una jerarquización entre sexos. Por tal, la protesta sigue vigente y ciertos especialistas apuntan a que estamos vivenciando una cuarta ola, cuyo centro de debate se enfoca, principalmente, en la violencia de género (que incluye femicidios, maltratos físicos y psicológicos), la legislación por plenos derechos para la mujer (como el derecho a la interrupción legal del embarazo, aún faltante en muchos países) y la existencia de los llamados techos de cristal.

La fuerza de un movimiento: Argentina y el Ni Una Menos

“Actrices, políticas, artistas, empresarias, referentes sociales ... mujeres, todas, bah... no vamos a levantar la voz? NOS ESTÁN MATANDO”. Estas palabras no nos pertenecen, pero si nos interpelan. La periodista Marcela Ojeda decidió escribirlas y publicarlas en su cuenta de *Twitter* el 11 de mayo de 2015. En ese entonces, contábamos con una alarmante, preocupante y desesperante cifra de femicidios, siendo el de Chiara Páez aquella gota que rebalsó el vaso, y que dio comienzo a un movimiento político transnacional de reclamo, repudio y conquista para las mujeres.

Es relevante mencionar que, en 2014, se produjeron en el país, según el Registro Nacional de Femicidios de la Justicia Argentina, 225 femicidios o, en otras palabras, 1 cada 30 horas. Con el arranque del 2015, los casos siguieron en alza.

Así, llegamos a Chiara Páez. Ella tenía tan sólo 14 años. Estaba embarazada de tres meses. Su pareja, en un contexto de violencia de género, la asesinó a golpes. Pero el halo de impunidad y superioridad que se posa sobre las figuras masculinas de una sociedad que los avala se vio discutido, refutado y despotricado por la fuerza de una movilización. El femicidio de Chiara fue el comienzo de un movimiento sin precedentes en nuestro país, que no sólo se enmarcó en contra de la violencia de género, sino contra todo tipo de violencia machista.

Volviendo a los comienzos, ese 11 de mayo, un día después del hallazgo del cuerpo de Chiara, Florencia Etcheves, periodista, escritora y conductora, respondió al *tweet* de Marcela: “Se me ocurre mujeres referentes grosas convocando a mega marcha. No sé si sirve, pero visibiliza”. La idea de convocar a una movilización tuvo una aceptación inmediata y, a los pocos días, se fijaba una fecha y una consigna: 3 de junio, Ni Una Menos.

Si bien, como hemos mencionado, la convocatoria nació de un grupo de periodistas, activistas y artistas, creció cuando la sociedad la internalizó, la hizo carne y la volvió plural. Con más de 500 mil participantes a lo largo de ochenta ciudades de toda la Argentina, el movimiento feminista Ni Una Menos se expandiría a gran escala desde el Congreso de la Nación hacia varios países de Hispanoamérica y otras regiones del mundo.

Por estos motivos es que el Ni Una Menos se convirtió en uno de los movimientos políticos más relevantes, influyentes y significativos de los últimos tiempos: no sólo puso a los femicidios en la agenda pública, mediática y política de la Argentina, sino que inspiró a colectivos de mujeres a lo largo y ancho del mundo.

Como organización y movilización femenina, como grito de reclamo y como colectivo de protesta, el Ni Una Menos surgió de la necesidad de decir basta a las violencias cometidas contra las mujeres, y logró que el Estado difundiera estadísticas públicas del estado de la cuestión junto con herramientas de contención, soporte y prevención para las víctimas.

Pero, además, puso en circulación y en escena algunas demandas, búsquedas y pedidos hasta entonces desatendidos. Entre ellos destacamos la asignación del presupuesto que indica la Ley 26.485 de Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres, la creación de hogares-refugio para víctimas de violencia machista, garantías de cumplimiento de las restricciones impuestas a los victimarios por parte de la justicia y el debido tratamiento de las víctimas, penalizando su revictimización y desmoralización. A esto se le suman las capacitaciones al personal estatal en materia de género, así como en el ámbito educativo para propagar una visión menos misógina, patriarcal y sexista del mundo.

Junto con estos objetivos más puntuales, existen algunos de carácter más macro, como son la visibilización de la desigualdad entre hombres y mujeres o el abordaje crítico de las construcciones de la masculinidad. La exigencia de políticas públicas que tuvieran en cuenta estos ejes antes planteados iba de la mano, también, con el planteo de

repensar las propias prácticas y, por ende, la apuesta y promoción de un cambio cultural.

Si bien el Ni Una Menos fue una consigna que se tornó movimiento, a lo largo de los años se fueron sumando otros pedidos que encabezaron sus restantes apariciones y manifestaciones. En 2016 fue “Vivas nos Queremos”, en 2017 “Basta de femicidios, el gobierno es responsable”, en 2018 “Sin #AbortoLegal no hay #NiUnaMenos. No al pacto de Macri con el FMI” y en 2019 “Ni una menos por violencias sexistas, económicas, racistas, clasistas a las identidades vulneradas. Aborto legal ya y abajo el ajuste del gobierno y el FMI”.

Así, el 3 de junio del año 2016 en la Plaza del Congreso, y con repercusión en varias localidades de Argentina, se llevó adelante la segunda movilización anual del movimiento. Entre los reclamos más álgidos de ese entonces, encontramos los relacionados con las políticas, decisiones e implementaciones del presidente Mauricio Macri. A él se le atribuía el cierre de observatorios y el cese de programas de protección a víctimas de violencia de género, incluida la no reglamentación de la Ley de patrocinio gratuito, dirigida a quienes habían sufrido delitos contra la vida, libertad o la integridad sexual. A su vez, se veía la desfinanciación y desarticulación que pesaba sobre la Ley de Educación Sexual Integral por parte del gobierno de aquel momento, cuestión que aseveró los llamados de alto.

Otros sucesos que alimentaron y dieron potencia a las voces en las calles fueron, por un lado, la represión acaecida en octubre de 2015 durante el Encuentro Nacional de Mujeres en Mar del Plata. Por otro, se encuentra no sólo la condena a Belén, de 27 años, a 8 años de prisión en Tucumán al ser acusada de haberse inducido un aborto, sino el travesticidio de la activista y militante en la lucha por los derechos humanos en general y por la inclusión del colectivo trans en particular, Diana Sacayán. Cada uno de estos factores, sumados a los pedidos de base que dieron origen y llama al movimiento, fueron los pilares de esta nueva movilización.

Hasta 2016, se cometía alrededor de 1 femicidio cada 30 horas en nuestro país. En 2017 este promedio se elevó tristemente a 1 femicidio cada 18 horas. La tercera marcha inspirada y organizada por el movimiento se llevó a cabo, entonces, el 3 de junio de 2017. Sus manifestaciones fueron multitudinarias y se expandieron a lo largo de más de ochenta ciudades argentinas y Montevideo.

El acto central se realizó en la ciudad de Buenos Aires con movilización hacia la Plaza de Mayo, ubicada frente a la Presidencia de la Nación. Bajo el lema “Basta de femicidios, el gobierno es responsable”, el colectivo reclamó principalmente por el aumento de la

Las edades de la mujer en el periodismo gráfico, un retrato de la distorsión

violencia machista en el último año en un 8%. Levantó la voz por todas las mujeres violentadas, maltratadas y asesinadas y expresó “basta de violencia machista y complicidad estatal”. El documento principal leyó:

Estamos en las calles, estamos resistiendo y no nos vencieron. A la crueldad feminicida le oponemos feminismo y organización, la revuelta festiva de seguir diciendo No a lo que no queremos: Ni una víctima más. Ni una menos.

En segundo lugar, la manifestación recordó a Milagro Sala y a los once presos políticos de la Organización Barrial Túpac Amaru (con mayoría de representantes mujeres), por quienes pidió libertad. También tuvo presente a Higuaí Dejesús, de 42 años, quién levantó la mano rememorando su detención en octubre de 2016 por defenderse de una violación que buscaba “corregir” su orientación sexual.

Otra gran cantidad de manifestantes llevaban una bandera que pedía justicia por la muerte de Suhene Carvalhaes, una joven brasileña de 26 años que vivía en la Argentina y falleció el 19 de marzo de 2015 por una lesión cerebral, causada por golpes de su novio, el 18 de julio del 2014.

Se manifestaban, por tercer año consecutivo, frente a cuestiones aún relegadas: el ínfimo presupuesto del Consejo Nacional de las Mujeres, insuficiente para una implementación adecuada de un plan contra la violencia; trabajo genuino no precarizado, entre otros derechos no ejercidos.

Por último, el movimiento exigió la despenalización del aborto y se proclamó contra el nuevo ciclo de endeudamiento externo por una suma de setenta y siete mil millones de dólares, causante del empobrecimiento, sobre todo, de mujeres y sus hijos; consecuente aumento de fragilidad y violencia para con ellas.

El 4 de junio de 2018 se abrió paso a la cuarta manifestación. Está marchó bajo el lema “Sin #AbortoLegal no hay #NiUnaMenos. No al pacto de Macri con el FMI”, aclamado por ciento cincuenta mil personas que se movilizaron, esta vez, desde Plaza de Mayo hasta la Plaza del Congreso.

Fue una oportunidad para iniciar el luego concurrente reclamo por este primer eje mencionado en su lema: aborto legal, seguro y gratuito y, entonces, su concerniente despenalización. Estudiantes, jóvenes y adultas marcharon con pañuelos verdes que simbolizaban su adhesión al pedido. Sucede que, en 2018, el Congreso argentino había tratado por primera vez un proyecto de ley que legalizara la interrupción del embarazo hasta la semana 14 y, por su fracaso, provocó que miles de mujeres se unieran y

elevaran su voz al sentirse directamente interpeladas. Desde ese momento, se exigió “ni una menos por abortos clandestinos”.

Con apoyo de las trabajadoras de todo el país, se expresó contra la deuda para con el FMI y contra las políticas de ajuste: el recorte de programas sociales y la degradación del ministerio de Salud provocaba un empeoramiento de la situación de vida de las mujeres. Esto desencadenaba en una decreciente autonomía femenina y, entonces, una mayor dificultad de salir de una relación atravesada por la violencia machista.

La quinta marcha por la defensa de las mujeres tuvo como lema “Ni una menos por violencias sexistas, económicas, racistas, clasistas a las identidades vulneradas. Aborto legal ya y abajo el ajuste del gobierno y el FMI”.

Como la última, el movimiento se desplazó desde el Congreso de la Nación hasta la Plaza de Mayo. Las primeras líneas del documento principal leído en el acto central anunciaron un nuevo reclamo para terminar con la violencia económica sexista, racista y clasista contra las mujeres, lesbianas, travestis, trans, bisexuales y personas no binaries. En suma a este, exigió la aprobación del proyecto de ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo presentado por la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito. Y abogó, una vez más, por la finalización del endeudamiento, ajuste y precarización fomentado por las políticas económicas dispuestas por el entonces presidente Mauricio Macri. Además, solicitó libertad para las presas políticas y un parate a la justicia patriarcal.

El discurso continuó con la proclamación de la necesidad de los feminismos de mantener una resistencia ante la tarea ineludible de aportar una alternativa para el pueblo que paga las consecuencias de la crisis. Y se aludió al logro de derechos a partir de esa fuerza y organización intrínseca del movimiento.

Desde la primera gran movilización del Ni Una Menos, producto de la necesidad de terminar con la violencia machista, el colectivo de mujeres y disidencias ha sabido organizar y unificar una protesta latente desde comienzos de la historia. A través de las cinco marchas -y como hará en las futuras-, el movimiento sostuvo sus ejes principales de lucha y, año tras año, incorporó otros que hacen a la pugna por el fin de las diferencias y violencia en distintos ámbitos de la sociedad.

¿Qué significa adoptar una perspectiva de género en los medios de comunicación?

Partimos de la base conceptual que proporciona la Organización de las Naciones Unidas respecto de la perspectiva de género como “aquella forma de ver o analizar que consiste

en observar el impacto del género en las oportunidades, roles e interacciones sociales de las personas”.

A partir de esto, y como bien fuimos delineando, resulta de vital importancia que la comunidad tome en cuenta perspectivas de género a la hora de construir sus discursos cotidianos para evitar implantar, quizá hasta inconscientemente, desigualdades en la vida diaria. Sabemos, además, de la relevancia que implica que esto no solo sea adoptado por la ciudadanía, sino también por uno de los principales difusores de argumentos y formadores de opinión: los medios de comunicación.

Este conjunto noticioso ejerce una violencia mediática cuando no contempla una perspectiva de género a la hora de formular y emitir un discurso. Violenta los derechos de la mujer cuando se representan o difunden relatos que promueven su explotación, atentan contra su dignidad, humillan, discriminan y difaman por su condición de género. Son discursos que legitiman patrones socioculturales que reproducen y reafirman desigualdades. Todos y cada uno de ellos pueden designarse como un tipo de maltrato simbólico, que domina naturalizando la subordinación femenina.

Que los grandes medios apliquen la perspectiva de género a la hora de hablar implica un reconocimiento de las relaciones de poder que existen entre géneros que, generalmente, resultan favorables hacia los varones -consecuentemente desfavorables para a las mujeres. El objetivo mayor de adoptar esta perspectiva es el de ampliar la manera en que se construyen los mensajes para evitar caer en los errores comunes que profundizan las diferencias y los estereotipos.

Nos encontramos, entonces, con la necesidad de comunicar desde un enfoque consciente. Y de esto se despliegan algunas aristas. Por un lado, la perspectiva de género en los medios de comunicación supone un tratamiento adecuado de temas urgentes relativos a la mujer en tanto fenómeno que, debido a su destrato y maltrato en tantos ámbitos, desdobra una vasta cantidad de problemáticas que la involucran. La puesta en escena de estos en la agenda común de los medios se vuelve crucial para evidenciar la magnitud que toma en la realidad.

Resulta que la comunicación, lejos de ser simplemente un acto de escritura e información sobre la mujer, habla del género como categoría de análisis transversal en todo su proceso. Esto quiere decir, más bien, una aplicación de la perspectiva de género en todas y cada una de las manifestaciones que la comunicación adopte.

A partir del entendimiento de esto, Hasan y Gil proponen entender una distinción entre:

el género como categoría descriptiva, donde se visibilizan las desigualdades entre hombres y mujeres; el género como categoría analítica que permite interpretar estas desigualdades y el género como categoría política que posibilita entender las formas de distribución de poder entre los géneros, y en consecuencia, la discriminación y subordinación de las mujeres en la sociedad (Hasan y Gil, 2016, p. 271).

Además, establecen una serie de sugerencias que consideramos pertinentes para un periodismo de género adecuado. Entre esas recomendaciones encontramos importante resaltar, una vez más, (a) el establecimiento de temas de prioridad relativos a la agenda feminista y su sostenimiento en la misma; (b) el desarrollo de un contexto alrededor de las noticias evitando el tratamiento de ellas como casos; (c) el desarrollo de las noticias a partir de fuentes de información donde las mujeres sean consultadas como voces autorizadas; (d) el establecimiento de estadísticas de género; (e) la visibilización de valores y logros de todo género en la estructuración de las noticias; (f) la aplicación de un análisis exhaustivo sobre cómo afecta determinada situación a mujeres y hombres; (g) la presencia de manera equitativa tanto de mujeres como de hombres en el discurso; (h) el hincapié en la participación igualitaria y en los aportes de mujeres que se hayan desempeñado con preponderancia en diferentes campos; (i) abrir espacio para la opinión de las mujeres en los análisis; (j) mantener un cuidado respecto a la sobrevisibilización de fracasos o errores cometidos por mujeres; (k) la utilización de piezas musicales que ayuden a construir un relato desde la perspectiva de género sin caer en el amarillismo; (l) la especial atención a la discriminación doble o triple de género, etnia, clase, nacionalidad.

Existe, además, un tópico que resulta de significativa consideración: el uso del lenguaje. Su aplicación ideal, desde una perspectiva inclusiva, implicaría evitar el sexismo y racismo. Para esto, debe ajustarse a la realidad político-social de este mundo en constante modificación al mismo tiempo que debe fomentar transformaciones hacia la igualdad y la justicia.

Hemos mencionado que el lenguaje es un activo constructor y estructurador de realidades y, por tal, herramienta de cambio en la que, también, pueden identificarse relaciones de poder existentes. A través de la enunciación, el lenguaje da voz y silencia; nombra u oculta, de acuerdo al interés o conveniencia de quien emite y, de este modo, conforma modelos de identificación positivos y negativos.

Conociendo lo expuesto, estamos en condiciones de afirmar al lenguaje como posible perpetrador constante de estereotipos de género a través de las palabras utilizadas u

omitidas en tanto éste no sea articulado con las necesidades de activa representación del público no masculino.

Para lograr un lenguaje no sexista se propone, en primera instancia, desnaturalizar la utilización del mismo como lo conocemos a partir de la puesta en foco del mismo y la consiguiente neutralización (es decir, aplicación de términos genéricos y neutros que no hagan distinción de sexo). Otra alternativa, plantea la mención e incorporación de los géneros mediante duplicaciones, barras, entre otros, y la feminización de algunos términos en pos de visibilizar a los colectivos oprimidos por el lenguaje.

Sin embargo, consideramos aún más sustancial el tipo de comunicación integral y, más específicamente, las palabras que determinado medio escoge para hacer alusión a una mujer. Adoptar con una perspectiva de género en los medios de comunicación es sinónimo de contar con herramientas que garanticen los derechos de las mujeres a través de las políticas comunicativas. Implica, mediante ellas, erradicar la violencia y discriminación por razones de género en los medios masivos.

Se vuelve fundamental la transición hacia un paradigma de comunicación como derecho sin distinción de género. Para alcanzarlo, se requiere someter a debate y reflexión todas aquellas prácticas y discursos fuertemente arraigados en el imaginario social que se reproduce diariamente por los medios de comunicación. Son estos, mandatos históricamente contruidos y fortalecidos por su réplica; son transmitidos a través de generaciones, identifican espacios, tareas, roles y actitudes diferenciadas para hombres y mujeres; son escenarios que apartan, niegan o estigmatizan la diversidad y pluralidad de voces.

Se presenta un desafío y responsabilidad para todos los medios: ser agentes de una transformación en el desarrollo de discursos que respeten los derechos de todas las personas.

Todo lo expuesto nos permite concluir en que, en el área de la comunicación en general, y el periodismo en particular, es necesaria la adopción de una perspectiva de género que cuestione las conductas patriarcales que han limitado las prácticas de las mujeres y que perpetuaron conductas deplorables hacia ellas. Detectar los focos de atención y de revisión es relevante ya que los medios de comunicación están atravesados por una óptica tan estructural y machista como la que sustenta a nuestra sociedad. Para el campo, el insumo principal es el lenguaje y las imágenes, por ende, es pertinente dar cuenta de la importancia de elaborar contenidos libres de estereotipos, sexismos, discriminaciones y desigualdades hacia las mujeres. De esta manera, lograremos

Las edades de la mujer en el periodismo gráfico, un retrato de la distorsión

construir contenidos mediáticos que equilibren la disparidad sexual y que, a su vez, sean concordantes con los cambios que se están reclamando socialmente.

Capítulo 4: Análisis del corpus

Niñas adultizadas, la reproducción de un canon esclavizador

Al hablar de la adultización de la niñez femenina y, a su vez, de su hipersexualización y cosificación, nos referimos a un fenómenos totalmente avalados y estimulados por la sociedad en la que vivimos, y perpetuados y reproducidos por aquellos canales que están al servicio de esa red discursiva. Dentro de ese grupo podemos hallar a nuestro eje de estudio, que son algunas revistas gráficas argentinas de interés general.

A lo largo de este apartado, y de los dos subsiguientes, nos centraremos en recoger ciertas tapas de ese medio en particular para exponer y exhibir las marcas patriarcales y machistas que pesan sobre ellas.

Cuando pensamos en la infancia, lo hacemos desde la perspectiva de que es una etapa en donde las niñas deben ser niñas y, por ende, deben ser parte de un momento de desarrollo y aprendizaje que esté entrelazado con el disfrute, la espontaneidad y la creatividad.

Es por eso que se vuelve peligroso encerrar a las niñas en un espiral de sexualización y adultización, en donde se les atribuyen roles y responsabilidades que no sólo no son acordes a su edad, sino que acarrearán exigencias que desplazan el terreno del juego y

el sueño por uno en donde importa encajar en los estereotipos del “deber ser”. Se las hace, entonces, parte de un modelo frenético que se ocupa de esclavizarlas y condenarlas a un parámetro que las oprime, las somete y las encasilla en una posición de objeto a ser visto y admirado y que, como tal, debe cumplir con los cánones de belleza establecidos.

Observemos la primera tapa de revista a analizar, en donde se vislumbra a



Luciana Salazar con su hija Matilda de tan sólo 4 meses. *Gente* lanzó esta producción el 24 de abril de 2018 bajo el título “Mostraré a Matilda hasta que me diga ‘¡Basta!’”. Pero, ¿qué dice una imagen que habla de una infante como una *It-baby*? ¿Qué propone como destino para las niñas el presentarse como princesas impolutas, delicadas y discretas desde la corta edad? ¿Qué refuerzan estas fotos y los discursos que las acompañan?

Aquí vemos como se da una presentación de las hijas como modelos hechos a imagen y semejanza de sus madres, tal es así que Luciana y Matilda están vestidas de la misma manera, como si fueran una prolongación una de la otra, incluso por la pose en la que están dispuestas en la sesión fotográfica. Las niñas, entonces, adoptan una serie de comportamientos, movimientos y posiciones que representan una falsa madurez y que

priorizan el aspecto físico y la atracción.

Siguiendo con la definición de las niñas como *It Girl* desde lo discursivo, tenemos la tapa de *Caras* del 2021, protagonizada por Mora Eva, la nieta de Ernestina Herrera de Noble, de 10 años de edad. *Influencer*, fanática de la moda, apasionada de la danza y modelo. Esta descripción podría tranquilamente acompañar a una fotografía de alguna mujer adulta, pero se le atribuye a una niña a la que se presenta con rulos, una bata y leyendo una revista.



La disposición estética y la elección de palabras no son azarosas, sino que forman parte de un proceso de adultización y cosificación. A Mora se le está diciendo, al presentarla de esta manera gráfica y textualmente, que su valor en tanto figura femenina de la sociedad es el de la apariencia estética. Y, a su vez, al llamarla *It Girl*, se le muestra el norte hacia donde

tiene que apuntar: ser atractiva, magnética y deslumbrante. Se la califica, de esta manera, como un objeto de consumo más que como un sujeto de acción y reacción.

Los rúleros, la bata y la revista pertenecen a ese canon que disminuye a las mujeres al ámbito hogareño y, dentro de él, a atribuirle como “lugares de escape” la lectura de revistas de entretenimiento o el embellecimiento. Y, este último, siempre para satisfacción de la mirada masculina.



Volviendo a Matilda, y siguiendo con esta idea de la presentación de la mujer desde su niñez como dispuesta hacia el hombre, tenemos esta tapa de *Caras* del 2019, donde celebran los 2 años de la hija de Luciana Salazar.

En la bajada se lee “en su fiesta protagonizó un show de besos con Dionisio Mendoza”. En esta frase se recurre a una sexualización de la infante al nivel de imponerle a Matilda una sexualidad adulta para la que no está emocional, física ni psicológicamente preparada. Además, a aquello se le suma su premiación

como “mejor artista infantil”, colocándole un mote que es propio de roles y conductas adultas, exhibiéndose su introducción temprana y errada en ese terreno.

La tetera con la que aparece Matilda se puede relacionar, a su vez, con la siguiente tapa de *Caras* del 16 de julio del 2019, donde la hija de Jesica Cirio, Chloe, aparece maquillándose junto a su madre.



En ambas fotografías vemos cómo se construye que las niñas deben “jugar” con ciertos elementos y representar ciertos papeles. Se edifica, entonces, el enunciado de que ser niña es jugar a lo que seremos de grandes: buenas y dedicadas cocineras, amas de casa, madres, modelos, objetos.

Así entendemos que este constructo, que se ve claramente en estas tapas a través de los elementos del maquillaje o cocina, se nos impone desde que somos pequeñas y en todos los ámbitos de nuestra vida. Ser

mujer es, de esta manera, observar cómo la cultura pone en juego sus artimañas a través de distintos canales reproductores para que no olvidemos cuál es el rol que debemos ocupar.

En cada una de las cuatro tapas analizadas tenemos ciertas descripciones en común: princesas, *it girls*, herederas, *fitness*, modelos. En todos esos casos, las niñas no sólo son una versión simplificada de sus madres, sino que encarnan un modelo de belleza normativo y canónico que se convierte en uno de visibilidad pública para ellas. Están en escena porque se las moldea para ser muestra de lo deseable y esperable para las demás, según lo establecido por una sociedad que busca oprimirlas y alienarlas.

Pero, ¿qué sucede con aquellas princesas o herederas que no se ajustan a lo esperado y habilitado por revistas como *Caras* o *Gente*?

El 22 de julio de 2020 se lanzó una portada en la que se etiquetó como “*plus size*” a la princesa Amalia, hija mayor de la reina Máxima Zorreguieta y el rey Guillermo de Holanda. La letra chica de *Caras* aclaraba que, con orgullo, la joven “defiende su figura de ‘mujer real’”. El hecho generó una masiva polémica al hacer foco en el cuerpo de la



adolescente y clasificarlo por su “anomalía” discordante con la figura de nobleza, y con el modelo de mujer en general.

Históricamente, ser una princesa ha sido asociado con ciertos parámetros hegemónicos. Podemos enumerar algunos: elegancia, encanto, decoro, delicadeza, esbeltez, delgadez. La sociedad indica que, para pertenecer a la realeza, es menester ser parte de este universo simbólico de perfección, cuestión a la que la revista *Caras* adhiere.

Entendemos que, en primer lugar, el uso de la terminología “*plus size*” tuvo la finalidad de disfrazar la palabra “gorda” para referirse a Amalia. Pero, si la intención de *Caras* era dar su opinión, decide no emplear el término para reemplazarlo generando algo incluso peor: que se lo cargue de significaciones negativas.

¿Por qué sería noticia lucir un cuerpo con orgullo? ¿Es acaso un modo de justificación por no ser hegemónica y, entonces, no compatible con la idea de nobleza? De esta segunda idea se desprende un cuestionamiento al hecho de montar una nota en base a la desacertada etiqueta.

Resulta importante aclarar que la imagen utilizada no es más que un recorte de la fotografía completa: cada año, la familia realiza una sesión de fotos para su tradicional colección de verano. Por lo tanto, esta captura no pertenece, bajo ningún aspecto, a algún tipo de intercambio directo entre *Caras* y la familia real. Partimos, ahora, de ese dato para afirmar que todo lo dicho en el cuerpo de la nota de dicha revista no pertenece a fuentes propias del medio.

En cuanto a la expresión, decir “*plus size*” implica la alusión a un sistema de medidas estandarizado que, de por sí, discrimina, entendiendo que comprende los talles *small*

(pequeño) *medium* (mediano) y *large* (grande/largo), establecidos a partir de volúmenes chicos.

Titulares como este, entonces, naturalizan las etiquetas, los juicios y las opiniones injustificadas. Normalizan que los cuerpos femeninos sean constantemente apuntados. El dedo señalador se encarga de hallar siempre algún nuevo “error” que aleja del cuerpo hegemónico.

Los estereotipos, muchas veces, se entienden como organizadores de la información que poseemos a fin de facilitarle a nuestro cerebro la vida en sociedad y el constante encuentro con un otro (se ubican como atajos para evitar percibir “desde cero” a cada paso que damos). Sin embargo, terminan ubicando a los cuerpos de las mujeres en cajas rotuladas cual objetos valuados por su apariencia. Es a partir de esas cualidades resignificadas que se clasifican estableciendo jerarquías con obstáculos para unos y beneficios para otros.

Hablar de los cuerpos con eufemismos o valoraciones subjetivas, con apreciaciones construidas socialmente en base a discursos de discriminación puede operar hasta como violencia simbólica, invisible, implícita o explícita que esconde matrices de relaciones de fuerza. Son estrategias construidas desde lo social que denotan un sistema de poder que reproduce asimetrías y se vale de esos y tantos más titulares, términos y etiquetas para hacerlo de manera encubierta y sistemática.

Concluimos, entonces, en que toda mujer, desde corta edad, que no se ajuste a los estándares de belleza estipulados a nivel social, recibirá este tipo de condena mediática disfrazada de modernidad. Y, como consecuencia, asimismo lo hará toda mujer que no se ajuste a esos parámetros. Estas tapas habilitan los juicios y señalamientos hacia nuestros cuerpos desde que somos niñas, puesto que si no encajamos en el estándar de estos medios gráficos entonces no merecemos visibilidad o, en tal caso, tenemos que, como Amalia, “enfrentar las críticas con fortaleza”.

Bien sabemos que la génesis de todas estas apreciaciones sobre las mujeres y sus cuerpos se ubica siglos atrás. Las niñas, a causa de estas, integran como propios una serie de patrones de comportamiento y valores personales que no se ajustan a su rango de edad.

Podemos dar cuenta de discursos que demuestran esto, de modo aún más aberrante, años atrás, por la revista *Gente*. En esta edición del 11 de marzo de 1993, el medio expone una imagen de Nicole Neumann pre adolescente y se lee: “Sexy a los 12”. Aquí



vemos la primera apreciación que hace la institución, con la que comienza el camino de la sexualización de la joven.

Esta construcción de sentido inicia por el código de vestimenta que se evidencia en la fotografía, con perlas y *strapless* (quizá, más asociado a mujeres adultas que a infantiles) y la postura corporal de Nicole; se refuerza con su título: *sexy*, sinónimo de seducción, “que tiene atractivo físico y sexual”, más específicamente, según la RAE; se completa con las bajadas:

“Modelo. Apenas 12 años. Increíble” y “Tienen 12 años pero parecen de 18”.

Expresiones que podrían interpretarse como incitación al deseo de una menor y le arrebatan su niñez para asignarle el carácter de adulta cosificada. Nicole es enfáticamente apartada de su inocencia, sexualizada en porte y discurso y llevada a reproducir, una vez más, comportamientos que priorizan la belleza e imagen de modelo hegemónica antes que su pleno desarrollo. Este es un mensaje constante para las niñas: lo que importa es lo *sexy* que puedan verse

La tapa de *Gente*, a su vez, puede funcionar como núcleo organizador de todas las representaciones expuestas anteriormente. Como a Matilda, a Nicole se la adjunta al modelo de *It girl* en tanto se vuelve una figura atractiva e influyente –más aún si tomamos la acepción del término que añade, entre “cualidades”, glamorosa y sexualmente atractiva-. Refuerza un ideal de belleza, madurez y seducción que, por su edad, no le corresponde. También, como a la hija de Luciana Salazar, se le impone una sexualidad adulta desde la reiterada alusión a lo *sexy* de su imagen.

Como Mora Eva, desde el discurso se las asocia a la categoría de modelos. Por un lado, se les asigna una profesión, lo que las ubica directamente en el plano de la adultez. Por otro, se las clasifica como objetos de consumo e imitación estética.

Como a Chloe, se la asocia a la representación de roles: Nicole “parece de 18”, responde a los parámetros de belleza necesarios para, de grande, ser modelo.

Adhiere a estos criterios y, por lo tanto, queda dentro de la aceptación social que le permitirá conformarse como tal. No es el caso de Amalia quien, al igual que Nicole, recibe opiniones no solicitadas sobre su cuerpo que parecen no corresponderse con lo necesario para llevar el título de princesa. Ambas son evaluadas con los mismos criterios de cosificación; según estos, una queda dentro, la otra, afuera.

El objetivo último de todo esto es potenciar la objetivización de la figura femenina para ser fieles a un sistema que necesita de su sumisión, cosificación y despolitización. Ubica a los cuerpos femeninos como objetos de deseo y los expropia de sus posibilidades de ser a partir de sus propios deseos. Y las niñas son el vehículo para transportar la categorización de la mujer como un accesorio más de vitrina a ser dirigido, movido y esculpido a *piacere* desde los comienzos de su vida.

Aquel es un modelo que ya no nos interpela y que, por el contrario, nos llama a reclamar la devolución de la niñez para las infantes, la concientización de que no hay nada natural en el rol social que, en tanto mujeres, quieren atribuirnos, y el repudio de aquellos medios que busquen reproducir y asentar tal constructo cultural.

¿Bendita tu eres? La maternidad como el milagro de la adultez joven

Dentro de la sociedad en la que vivimos, se le atribuyen a la mujer, como hemos visto en apartados anteriores, ciertos atributos que se enmascaran como naturales para relegar a la figura femenina de manera indiscutible e incuestionable. Uno de esos roles tiene que ver con el desempeño de la maternidad, la que para la mujer tiene que erigirse como el regalo máspreciado que ella puede brindarle a la sociedad, y lo que la convertirá, además, en una mujer en el sentido más completo del término.

La sociedad, entonces, busca su reproducción y perpetuación bajo un paradigma que le asigna a la maternidad y a la paternidad cualidades diferenciales y poco equitativas, siendo las mujeres las perjudicadas en esa distribución.

Aquel papel materno se posiciona como una responsabilidad que impone conductas esperables y discursos sancionadores no sólo para quienes se aparten de ese

parámetro, sino para aquellas que no conciben a la maternidad como parte de su realidad.

A lo largo de la historia, el discurso de la maternidad como finalidad única de las mujeres ha sido concebido y mantenido enfáticamente. Las funciones de las mujeres madres parten de la alimentación, crianza y educación de los niños, y se vuelven eje único de realización femenina. Resulta que, por el mismo hecho de ser mujeres, se les ha atribuido características naturales y propias, como el instinto maternal, que las vuelve aptas para ser “buenas madres”. Esta ideología sustenta una definición de mujer madre anclada en una naturalización biológica que mantiene las desigualdades de poder, mientras que refuerza la inferioridad de las mujeres en todos los ámbitos.

Mientras a las madres se les atribuye la contribución afectiva, amorosa, emotiva, a los padres se les asigna una participación mucho menos sentimental y más vinculada al soporte económico, también asociada a la visión patriarcal que se posa sobre la figura del hombre, orientándolo al ámbito público y a un modo de ser feroz, impenetrable y frío, mientras que a las mujeres se las encadena al ámbito privado y a una fragilidad, ternura y disposición entera y eterna.

Pero también podemos encontrar este discurso desde la Iglesia Católica. Una madre, según esta institución, debe ser sumisa, abnegada, incondicional y piadosa, como lo fue María, a quien Dios bendijo con el honor de ser la madre de Cristo. Por ende, la fertilidad materna aparece como un don del Padre dado hacia la mujer, siendo ya no una potencia de aquella, sino la imposición de un poder masculino ejercido a través de la mujer.

Este entrelazamiento entre el discurso patriarcal y la religiosidad católica a la hora de construir culturalmente a la maternidad es llevado, también, al universo de los medios gráficos. Veremos, a continuación, cuatro tapas de *Caras* en donde ese vínculo está estrechamente trazado por un mismo núcleo rector: la idea de bendición.



Comencemos con la tapa del 28 de junio de 2019 en la que Luli Fernández posa junto a su hijo. En el titular puede leerse "mi hijo fue enviado por Dios". Aquí tenemos el refuerzo de lo expresado anteriormente, sobre cómo lo femenino pasa a un segundo plano para ser el hombre el que permita la existencia.

La maternidad aparece vinculada, así, al designio de un Dios, aquel ser supremo que nos unge con un embarazo. Pero esto nos hace preguntarnos qué es lo que se intenta construir a partir



de calificar a la maternidad como un obsequio divino. Y es allí cuando entendemos que, a través de esos enunciados, se intenta replicar y construir la idea de una maternidad obligatoria para la subsistencia de un sistema que necesita de ella para su perpetuación.

Al pasar a la segunda tapa, protagonizada en el año 2017 por una

Florencia Peña embarazada, vemos con claridad la constitución de este medio gráfico como un aparato reproductor del discurso societal machista y patriarcal. Se da por sentado, entonces, una idea para reiterarla continuamente hasta, finalmente, dotarla de valor de verdad.

En esta imagen vemos cómo se elabora la igualdad entre dos términos: hijo y bendición. Si se califica a nuestra descendencia de esa manera, se nos está diciendo, indirectamente, que hemos sido bendecidas por un otro que nos ha ungido con un don que no podemos rechazar, porque lo divino nos excede como seres terrenales e imperfectos.



Aquello que se nos repite incansablemente es esta idea de los hijos como milagros, bendiciones, regalos o, también, como leemos en la tapa de 2018 de Vicky Xipolitakis, salvaciones. Todos estos vocablos excluyen la posibilidad de la elección, pues el rechazo no es parte de esta narrativa.

Surgen, inevitablemente, una serie de interrogantes

alrededor de estas construcciones. ¿Para todas las mujeres la llegada de un hijo es una bendición? ¿Qué sucede si no queremos tener un hijo? ¿Acaso nos convertimos en impuras o malditas? ¿Cómo pesan esos calificativos a la hora de pensar en poner término a un embarazo? ¿Y si en realidad queremos, pero no podemos tener hijos? ¿Es porque no somos merecedoras de la bendición de Dios? Y, en ambos casos, ¿no seremos mujer en el sentido más abarcativo del término al no convertirnos en madres?



Si bien la tapa que encaró Luisana Lopilato el 18 de abril del 2018 responde a la misma red discursiva de obligatoriedad y divinidad, se adicionan algunos elementos en la bajada. Leemos que Luisana “ya sueña con vestirla como a una princesa y compartir juegos de nena” con su futura hija. Esto nos lleva a una interrelación entre el apartado anterior, protagonizado por las niñas, y el presente sobre maternidad.

Así, vemos que hay una internalización desde que somos niñas del papel, rol o ideal a seguir que la sociedad en la que vivimos desea que cumplamos a rajatabla. Esa búsqueda está asociada a la construcción de, por un lado, mujeres “princesas”, delicadas, sumisas, radiantes y encerradas

en una torre a la que llamarán hogar.

Por otro, a la aprehensión de actividades propias del género a través del juego: preparar mil y un platos diferentes en una cocinita; tener una casita de muñecas a las que vestir, bañar, cuidar y dar la mamadera; maquillarse a ellas mismas o a las demás con el set de *make up* del personaje animado del momento. Todos estos terrenos se asocian con la exploración de las niñas, y no de los varones, pues el problema radica en la reproducción de un canon que las encasilla como las que formarán una familia, engendrarán a los hijos, y cuidarán de ellos y del hogar por encima de sí mismas.

El destino de madre es sostenido y reforzado tanto por el mandato divino como por el deber social. Pero, además, según el paradigma que exponemos, el discurso del rol materno que dota a las mujeres del “título oficial” se avala desde la posibilidad biológica y fisiológica única de la mujer -y de las hembras, en el reino animal, con la salvedad de casos excepcionales como el del caballito de mar macho - que estas poseen. Resulta

que gestar y parir son dos funciones posibles mayoritariamente para ellas y, por tanto, se vuelve una condición más para la obligación a su desarrollo.

Mujeres y hembras, ambas especies, quedan históricamente atadas a la necesidad de reproducción, y sus cuerpos, definidos y conformados de acuerdo a la tradicional asociación a su potencial de fertilidad.

Bien sabemos, sin embargo, que el humano se distancia del animal a partir del momento en que comienza a producir sus medios de vida; se diferencia a partir del momento en que toma conciencia de que posee una y se ubica como ser social. El humano solo puede asimilarse al animal en tanto especie viviente con instintos.

La necesidad de reproducción biológica para la mujer, entonces, pasaría a ser una necesidad social. Según Bourdieu (2000), no es determinante en sí misma de nada; será la construcción social de lo biológico y los significados atribuidos a los cuerpos de hombres y mujeres, quienes proporcionen ese fundamento.

Y es aquí que entra en juego una condición del desarrollo tecnológico humano y de disputa social: el parto por vías distintas al parto natural, como, por ejemplo, la cesárea. ¿Acaso se vuelve esto un impedimento para ser una “madre verdadera”?



De lo mencionado podemos introducir la tapa de la revista Caras del 13 de octubre de 2015. En dicha edición, la actriz y modelo Emilia Attias expone su embarazo y enuncia: “voy a parir como toda hembra: sin anestesia”. Las construcciones sociales que han fijado que ser madre es condición habilitante de ser mujer, han adscripto, en su mayoría, a que ese proceso debe ser cien por ciento natural desde la gestación hasta el parto. El determinismo biológico naturalizado al que debe someterse toda mujer,

parecería apuntar a la asimilación completa con las hembras del reino animal a fin de volverse exponentes de madres completas, correctas.

Se asocia, también, al instinto materno como elemento fundante de esta relación y, nuevamente, perteneciente a ambos reinos y hasta posible justificación de los valores más intrínsecos a la maternidad por los que la mujer debe conservar conductas “naturales”.

Este aprecio materno proveniente del instinto generado por el lazo únicamente construido por madre e hijo/a junto a la elección del parto natural sin intervención que interrumpa lo esencial del ciclo vital, habla de aquello que se espera de las “buenas madres” frente a una culpabilización de aquellas que no responden al instinto o deban apelar a la ayuda de tecnologías que faciliten (o, incluso hagan posible) dar a luz.

Además, en la tapa de Emilia Attias, aparece el registro religioso antes mencionado en lo referente a la forma en que la mujer ha sido condenada a parir. Y hablamos en esos términos porque Dios, al castigar a Eva por haber probado el fruto de la tentación, la sentenció a “parir con dolor”. Mientras, en el terreno católico se pone el peso sobre Eva, Adán no tiene responsabilidad alguna, a pesar de, también, haber pecado. Entonces, desde el punto de vista divino, solo existe una forma de dar a luz para las mujeres, y aquella no es más que la consecuencia de sus propios actos. Por ende, la idea de un parto sufrido y penoso se presenta como lo necesario, lo debido o, incluso, lo que nos vuelve mujeres en el sentido más pleno y entero.

Acentuando el paradigma, aparecen, una vez más, los estereotipos de belleza que suman a la mujer gestante el peso de cumplir con parámetros físicos de acuerdo a la norma.

El embarazo como proceso biológico implica una serie de modificaciones en el organismo materno: desde cambios evidentes hasta internos solo perceptibles por la embarazada. El cuerpo se aparta de los cánones habituales de lo que se ha construido como bello y se ubica, posiblemente, dentro de lo considerado como una “deformación” por esas mismas construcciones. Entre los síntomas más comunes, se presentan el aumento de peso y volumen abdominal, el crecimiento y sensibilidad en las mamas, el estreñimiento, la hiperpigmentación en la piel, el cansancio, las náuseas, los mareos y vómitos.

Entre las recientemente enumeradas, la mayoría son fácilmente ostensibles y, para muchas mujeres, se vuelven una tarea extra de la cual ocuparse. Esto tiene su causa

en los mencionados estereotipos que se inscriben en los discursos sociales y que ellas se ven con la obligación de obedecer.



Sin ir más lejos, vemos la presencia de este aspecto en la siguiente tapa protagonizada, nuevamente, por Luisana Lopilato, pero para la revista *Gente*. En esta edición difundida el 13 de octubre de 2015, se destaca que Luisana hablará sobre “los tratamientos para cuidar su figura y las claves para mantener *hot* la pareja”.

Podemos partir del término utilizado para hacer alusión a la

conservación de la “belleza pre-embarazo” ¿De qué debe “cuidar” Luisana su figura? ¿Acaso las modificaciones físicas resultan algún tipo de “peligro” al cuerpo femenino de las cuales se lo deba prevenir? Hablar del “cuidado de la figura” implica la imposibilidad de recibir abiertamente los cambios naturales que el cuerpo requiere para la concepción de un bebé a modo de mantener, dentro de lo posible, los estándares de belleza que, evidentemente, las embarazadas no cumplen.

Aún más, “conservar” la belleza se vuelve funcional al placer masculino posiblemente interrumpido por la reducción de la libido o deseo sexual que la mujer también puede experimentar durante el embarazo. El rol de madre gestante, de repente, no solo se aboca al cuidado de una persona que se gesta en su vientre sino también al de una imagen que no debe desviarse de su impecable “normalidad” para, en última instancia, mantener su atractivo.

A partir de lo expuesto, concluimos en que la maternidad libre debe desprenderse de todos los estereotipos y arquetipos que se han impuesto sobre ella y a la que se la ha sometido históricamente. Debe desobedecer a las estructuras que han desplegado una imagen patriarcalmente modélica de lo que una madre tendría que representar. Necesita romper con la “institución” de la maternidad que procura cómo llevarla a cabo y, así, recuperar la experiencia verdadera y natural en un sentido emancipador que le permita a la mujer reapropiarse de la misma. Sin caer en romanticismos o idealizaciones: vivir una maternidad libre implica reconocer su rol fundamental en la sociedad y en la vida de cada una.

Un disfraz llamado *Photoshop*, la negativa a exhibir el paso del tiempo

Robert Butler (1969) acuñó el término edadismo (*ageism*) para hacer referencia a la discriminación, prejuicio y estereotipación institucional e individual que sufren los adultos mayores en nuestra sociedad. La desaprobación que se posa sobre esas figuras lleva a evitarlas, relegarlas y disminuirlas. Estos aspectos afectan en forma diferencial a las distintas personas, amplificándose cuando se asocian con el género.

Así, siguiendo lo construido socioculturalmente, el paso del tiempo es un factor que genera impactos asimétricos en hombres y en mujeres. De esta manera, podemos decir que para los hombres es sinónimo de madurez, crecimiento y experiencia, mientras que para las mujeres implica envejecimiento, pérdida y desprecio.

Las figuras femeninas están encerradas en un modelo patriarcal que ejerce sobre ellas un juicio negativo, mas no hacia los hombres que se encuentran en su mismo estadio cronológico. Existe una presión social basada en la premisa de la que la identidad de las mujeres se gesta y conforma alrededor del concepto de belleza, plenitud y juventud. A causa de este paradigma, es que las figuras femeninas aparecen dispuestas a la aprobación de un espectador externo, que es masculino, y que, a su vez, las considera atractivas si y sólo si cuentan con esos parámetros.

De esta manera, la mujer adquiere su valor social y personal con la presencia de esos factores. Por ende, ve limitadas sus capacidades de ser considerada bella, seductora y sexualmente elegible al pasar los años. La sociedad, con su núcleo fundante sexista y machista, descarga sobre la mujer la exigencia de ser, o parecer, jóvenes por toda la eternidad. De ahí que mientras los hombres son y hacen, las mujeres tan sólo aparecen y aparentan.

La elección de las jóvenes y la exclusión de las que no lo son nos lleva a realizar algunas preguntas que catapultarán la exhibición de piezas de esta sección: ¿Qué nos están

Las edades de la mujer en el periodismo gráfico, un retrato de la distorsión

indicando las revistas gráficas de interés general cuando se niegan a mostrar a las mujeres tal cual son? ¿Cómo los medios construyen la representación del cuerpo femenino en la adultez-vejez?

A lo largo de las tapas que iremos relevando, veremos que pasamos de una exhibición en la etapa de la niñez a un encubrimiento en este último estadio.



En el año 2019, Susana Giménez fue protagonista de una de las tapas de la revista *Gente*. A través de ella haremos presentación de uno de los programas del que más se hace uso y abuso en el área del diseño y edición fotográfica: el *Photoshop*. Este editor es, principalmente, puesto en marcha para retocar imágenes, siendo la manipulación digital y la creación de estereotipos de belleza ideales e irreales los

mecanismos que habilita.

De esta manera, vemos cómo se ha recurrido a este recurso para borrar todo vestigio de la edad en el cuerpo de la diva. A eso se le suma que esta fotografía realmente pertenece al año 2013, específicamente a una edición lanzada en aquel año por la revista que lleva el nombre de la conductora. Entonces, se recurrió a utilizar una imagen lanzada 6 años antes para retratar a la Susana del 2019, reproduciéndose el mensaje de que el paso del tiempo tiene que ser invisibilizado y penalizando la corporalidad que la diva encarnaba en ese entonces.

A su vez, en la bajada se hace referencia a que “cumplir años está pasado de moda”, mientras que, al mismo tiempo y en concordancia, se reconfigura la imagen de Susana adecuándola a un estándar de belleza modélico, patriarcal y, sobre todo, eterno. Aparece, entonces, la idea de que hay una etapa en la vida de la mujer en que cumplir años se torna un hecho olvidable, enjuiciable y deshonesto. Ganar años es perder juventud, por lo que es un evento del que se prefiere prescindir, tanto en lo discursivo como en lo visual.



En línea con las manifestaciones sobre la edad, tenemos la tapa de *Gente* del año 2015 en donde Mirtha Legrand fue la figura elegida. Las secciones visibles de su cuerpo, cara, cuello y manos, muestran la censura a la que es sometida la femineidad anciana. La piel tersa, estirada y aporcelanada reproduce lo que la sociedad impone y dispone para las mujeres. La condena

al paso del tiempo a través de la eliminación de las arrugas y marcas que éste deja determina cuál debe ser la aspiración femenina: el atractivo físico y la apariencia estética que sólo existe en la juventud.

Ni la experiencia, ni las enseñanzas, ni el conocimiento adquirido tienen valor para quienes, en una sociedad como la actual, solo valen por su belleza. En la bajada se exclama que Mirtha hace mención a que “no se puede luchar contra los años”. Esto cobra sentido al entender dos cosas. Por un lado, que la batalla a la que se sume a las mujeres es tan imposible como deshonesto, pues se las induce constantemente a

querer detener el tiempo, a odiar su transcurso natural, y a padecer la idea de que ese flujo disminuye sus posibilidades de ser felices, amadas y elegidas. Por otro, se da una contraposición entre la asunción de lo inevitable, y la búsqueda de dignificarlo, y, a su vez, la negación por parte de la revista, en concordancia con aquello que la sociedad invisibiliza y penaliza.



Cecilia Roth fue tapa de *Gente* en el año 2020 con motivo del estreno de “Crímenes de Familia”, la película que protagonizó para la plataforma de *Netflix*. La actriz de 65 años fue el foco de una edición grotesca, a tal punto de volverla irreconocible. Aquí somos testigos, nuevamente, de un desprecio por la madurez en las mujeres, no sólo generando una desvalorización de

ellas sino su categorización como material de descarte al no tener el valor primordial que es la juventud.

Gente nos está diciendo a viva voz que la visibilidad de la mujer está atada, nuevamente, a su correspondencia con los estándares estéticos juveniles. Quienes no pertenezcan a ese rígido parámetro no serán dignas de mostrar, o bien, como en este y en los anteriores casos, pasarán por una infinidad de filtros que las desdibujarán hasta hacerlas desaparecer. Es así como la vejez se configura como lo indeseable, lo indigno y lo inmostrable.

¿A qué se apunta cuando se borra un rostro y se reemplaza por otro? ¿Qué se busca cuando se realiza la acción de ocultar? Se trata de violencia contra aquella persona que está siendo escondida. Porque, junto a su imagen, la industria encubre la representación diversa y real de las mujeres retratadas. Y lo afirma, no sólo en lo gráfico, sino también en la cotidianeidad a partir de la venta de productos y servicios (como cremas, tratamientos de belleza y cirugías) para ralentizar el paso del tiempo, borrando las marcas que éste deja en nuestros cuerpos hasta el punto de volverse una batalla diaria que pelear. Una batalla, de antemano, perdida.

Como todo lo vivo, el cuerpo se modifica al pasar el tiempo y la industria nos invita a luchar contra eso: es decir, contra nosotras mismas vueltas objetos alienados de una mirada que nos desprecia.

Esa perspectiva se propaga y multiplica de modo que llega a interiorizarse en nuestra propia meta de conservar la juventud deseada.



Si continuamos con esta línea de análisis de ocultamiento del cuerpo de la mujer conforme al período de vida que transita, resulta representativa la tapa de *Gente* publicada el 30 de octubre de 2018. En esta edición, es Moria Casán quien, a partir de su vestimenta -y, haciendo alusión a su experiencia y trayectoria-, busca ilustrar un modelo de realeza que complementa con el título que lee “Su majestad, Moria”. Sin

embargo, el conflicto central no reside en esto último señalado sino, esta vez, en la articulación de sentidos que nos permite la tapa.

Por un lado, la diva se presenta, si se quiere, como un estereotipo que ha evolucionado en términos de poder: se muestra fuerte, reina “de la trasgresión”, revolucionaria que piensa por y para sí misma y que aboga por la libertad de expresión desde su propio lugar: “yo nunca oculté nada de mi vida”.

Pero, por otro lado, lleva esto adelante sin dejar de mostrarse “perfecta”. Moria es otra víctima del retoque en figura y textura que exagera la idealización del cuerpo femenino con la finalidad de evitar el demonizado paso del tiempo. Piel tersa, cintura pequeña, piernas delgadas, una vez más. A partir de los tratamientos de la imagen que posibilitan las herramientas digitales, se persigue la mencionada conservación de un cuerpo por la fuerza a fin de sostener aquellos estereotipos que aborrecen su madurez.

Otro ejemplo es el de Esmeralda Mitre. En la tapa de *Gente* publicada el 4 de agosto de



2020, la actriz juega un papel similar al de Moria en la tapa anterior. Como Casán, viste un traje dorado, corona y joyas que comparan su figura con la de una reina y se la presenta como tal en la descripción. Si bien Esmeralda es más joven que Moria, continúa el paralelismo en tanto refuerza el estereotipo de mujer poderosa que complementa con el de perfección y belleza a partir de

“correcciones” en la imagen.

Más aún, se reproduce, en esta imagen, la cosificación de la mujer y la búsqueda de la evasión del paso del tiempo en tanto no solo se utiliza *Photoshop* para “perfeccionar” el cuerpo de la actriz, sino que se la sexualiza a partir de una vestimenta que deja al descubierto grandes porcentajes de piel, connotando un estereotipo que apunta a la conservación de la posibilidad de mostrarse seductora y sexualmente elegible en la adultez.

Como último ejemplo, la revista *Caras* escoge a otras dos figuras del espectáculo para imprimir sobre sus cuerpos una fuerte edición gráfica. Es la tapa en la que posan Carla



Peterson y Nancy Dupláa, publicada el 20 de junio de 2018. En esta, si bien los rostros de las reconocidas actrices no están llamativamente modificados, lucen piernas largas y estilizadas. Lucen un cuerpo que no es el suyo.

Y hablan de “los tips de belleza: la dieta y gym” para completar el sentido del mensaje que nos quiere proporcionar este medio: son mujeres talentosas, pero, por sobre todo, bellas, esbeltas, sin

imperfecciones e invitan a ser como ellas a través de sus *tips* de autocuidado.

Se abren infinidad de interrogantes. Entre ellos, ¿quiénes dejamos de ser a fin de volvernos más “jóvenes”, bellas y delgadas? ¿Qué dejamos de ser y qué entregamos en ese intercambio? ¿Qué sentido tiene, para nosotras mismas, esta imposibilidad de crecer físicamente? ¿Para quién es funcional?

A su vez, es inevitable realizar un movimiento de circularidad y reconexión entre las etapas que hemos delimitado y desarrollado. Al trazar la unión de puntos encontramos que a las niñas se las dispone para que representen roles adultos y para que adquieran papeles sexuales, despojándolas de su naturaleza infantil, del divertimento que acarrea el juego y de la espontaneidad propia de su edad. Allí se gesta un “deber ser”: atractiva, delicada, sumisa, hogareña, madre. Y, al llegar a la adultez-vejez, vemos como la intención se da a la inversa, pero que las obligaciones estéticas se mantienen, pues la búsqueda apunta a retroceder el reloj biológico en lugar de acelerarlo. La piel tersa, impoluta, brillante y aporcelanada aboga por recobrar lo que es intrínseco a la infancia al penalizar lo que no se adecúa a ello.

Retomemos la idea de lucha, pero, esta vez, para dar cuenta de que la batalla pendiente no es contra los cuerpos que manifiestan modificaciones propias de la madurez, sino que reside en redefinir los estándares de belleza. La batalla tiene que apuntar a la construcción de un modelo de belleza donde lo físico no sea un elemento de división y valoración social. Debe surgir de las propias mujeres y debe aceptar gratamente la naturaleza de la vida reflejada en el cuerpo y así poner fin al imperativo androcéntrico que las limita, las reduce y encorseta vulnerando el pleno ejercicio de su libertad.

Capítulo 5 - Tiempos de escraches y repudios en medios digitales

No darse por vencida ni aun vencida: el poder de las redes sociales

En los tiempos que corren, las redes sociales son un lugar de expresión de demandas de distinta naturaleza. Muchas de ellas, adquieren una potencia superlativa, que logra que los medios masivos retomen lo que ocurre *online* para confeccionar sus agendas. No cabe duda de que las redes tienen un fuerte poder de contagio, que provoca que quejas en un punto del planeta den la vuelta al mundo, y de esa forma, se vuelvan virales.

El entorno virtual, entonces, se ha transformado en aquel en donde, también, se marca la agenda de conversación, por lo que la hegemonía de los llamados *mass media* se ve fragmentada por un aspecto más pluralista. Si bien estos últimos ejercieron un dominio sobre la visibilidad y el control de la información, en la actualidad, con el impulso de las redes sociales, ese panorama ha cambiado.

Tal es así que el ecosistema que se ha gestado en la Red fomenta la libre interacción y comunicación, junto con una instantaneidad y masividad en la difusión de la información. De esta manera, las redes sociales aparecen como propulsoras de perspectivas disidentes y portavoces de movimientos sociales.

Gracias a que la conectividad ha cambiado las formas de movilización y organización entre individuos con intereses comunes, el feminismo ha encontrado en ese espacio un lugar de empoderamiento, de colectividad y de creación de alianzas. Un gran ejemplo de este factor, y un caso que hemos desarrollado en apartados anteriores, es la emergencia del movimiento #NiUnaMenos, gestado en la *web*.

El feminismo siempre ha permanecido por fuera del discurso dominante y mayoritario, en posición de exclusión frente a las estructuras de poder fundantes y reinantes, por lo que, en la sociedad hipermediatizada en la que habitamos, el nuevo espacio público es nada más y nada menos que la Red.

Es por ello que, actualmente, encontramos en el entorno virtual un nuevo tipo de pedidos movilizadores por las generaciones que han crecido junto con los reclamos femeninos, como son la normalización de la lactancia, del vello corporal, la lucha de tallas o el fin de la violencia política, sexual y económica. Estas quejas serían de acción – reacción, pero no son las únicas. Al respecto, Selene Kharroubi Gutiérrez-Soto (2015) expresa:

Las de siempre se quedan solo en eso, en una queja comentada en el entorno familiar o social, sin salir a la luz, puesto que muchas de estas mujeres han

crecido con un imaginario publicitario machista/sexista y como resultado la situación se normaliza. (p.11)

En tiempos de redes sociales, y de demandas de tipo feministas, el escrache se torna veloz, y se dirige a aquellos sectores mediáticos y empresariales que no evolucionan de acuerdo con las necesidades de cambio de la sociedad.

Tal es el caso de varias de las tapas de revista de interés general que hemos relevado en el capítulo anterior. Estas producciones fueron propulsoras de comentarios críticos, reflexivos y penalizadores no sólo de usuarios comunes circundantes en *Internet*, sino de las mismas protagonistas y de otras famosas del medio artístico, siempre en el interior del mundo *online*.

“¿Qué es “un look *Plus Size*”? ¿El nuevo eufemismo para decir “gorda”? ¿Por qué se usa como una categoría estigmatizante? ¿Desde cuándo dejamos que nos nombren por el talle que usamos? ¿No es *bullying* señalar en la tapa de una revista el cuerpo de una adolescente indicando que “se sale de la norma” porque es “*plus size*”?”. Así comienza el espacio de reflexión e interrogación que habilitó de forma *online* Mujeres Que No Fueron Tapa en vínculo con la tapa de *Caras* de Amalia, la hija de Máxima Zorreguieta. MQNFT es un proyecto que se define como activista y feminista de transformación social, y que cuenta no sólo con un podcast, sino con un *blog* de acción y reacción acerca de distintas manifestaciones mediáticas y gráficas que sexualizan, desprestigian y violentan a las mujeres.

Su análisis fue publicado en sus cuentas de *Instagram* y *Facebook*. A su vez, la actriz Carla Peterson compartió ese texto en su cuenta de Instagram bajo la descripción “y porque me preguntan si es verdad esta tapa. Acá les dejo texto de @mujeresquenofuerontapa. Porque esto también enferma. Para que las próximas generaciones sean libres y felices esto no puede seguir pasando”.

El posteo recibió el apoyo de muchas famosas, entre ellas Marcela Kloosterboer, que se preguntó si los cánones deseados eran los de extrema delgadez, Eugenia Tobal, que mencionó cómo *Caras* había reincidido en sus manifestaciones misóginas y desmoralizantes, y Florencia Raggi con Soledad Pastorutti, que expresaron su descontento y la necesidad de un aprendizaje en materia de género y corporalidad. Estos testimonios fueron recopilados por *Ciudad Magazine*, un sitio *online* de espectáculos que publicó una nota sobre este caso, titulada *Las famosas, unidas contra la polémica tapa de Caras sobre la hija de Máxima: "Esto también enferma"*, el 23 de julio de 2020.

Instagram no fue la única red social en dónde hubo comentarios de repudio. En *Twitter*, la periodista Ingrid Beck publicó: ““Plus size”, “mujer real”. Qué vergüenza esta tapa de la revista @caras. Impone parámetros de belleza y encima se la agarra con una adolescente”. A ella se sumó, en la misma plataforma, la periodista de moda Lucía Levy, alegando que en ningún momento titularían que Pampita luce con orgullo su abdomen y que la mención del orgullo conlleva a que hay algo que a ocultar. “Caras luce con orgullo en tapa su eterna y violenta estupidez. No importa cuándo leas esto”, *twitteó* la ex diputada Juliana di Tullio. Por su parte, Brenda Mato, activista por la diversidad corporal, corrigió la tapa haciendo hincapié en que Amalia lucía con orgullo su talento de dramaturga, quitando la mirada donde nunca debía de haber estado: el cuerpo. Este *tweet* fue recuperado del diario digital *Infobae*, que lanzó un artículo titulado *Fuertes críticas a la revista Caras por el título de su portada con la hija de Máxima Zorreguieta*, en dónde hizo mención de aquel.

Otros comentarios de usuarios no pertenecientes a la esfera mediática, extraídos de la nota publicada por *Ciudad Magazine* el 22 de julio de 2020, rondaban en torno a cómo el título atrasaba, a lo malicioso, abusivo y discriminador que era, y a sus expectativas de que la revista no vendiera un solo ejemplar al fomentar el *bullying* de forma impetuosa y alevosa.

Frente al oleaje de críticas, la directora de la revista, Liliana Catalano, realizó un comunicado desde sus redes sociales donde defendió la publicación y expresó que “leer todo el texto ayudará mucho a un debate constructivo”. Además, intentó justificar la tapa diciendo que su objetivo fue rescatar una historia de superación de la princesa “que vive su adolescencia sin tabúes y que defiende su figura de mujer real”, ya que, según su perspectiva, *Caras* es un medio que buscó, busca y buscará derribar aquello que esclaviza a las mujeres. Estos extractos fueron compilados en una publicación lanzada por la versión digital del diario *Los Andes*, que se tituló *Caras salió a responder las críticas que recibió por la tapa que publicó con la hija de Máxima Zorreguieta*.

A modo de tercera intervención, y como respuesta y contraargumentación de lo expuesto en el descargo *online* de la revista, Mujeres Que No fueron Tapa emitió un comunicado en sus redes, al que accedimos a partir del artículo publicado en *Internet* por *Página 12*, el 24 de julio de 2020. En él se desestima la petición de leer la totalidad del artículo antes de emitir un juicio, puesto que *Caras* es completa y absolutamente consciente del impacto que generan sus tapas, y apuntan a producirlo a través de titulares que resultan brutales como este.

A su vez, MQNFT esgrime una cuestión que fuimos desarrollando en el capítulo anterior: que *Caras* ha perpetrado el estándar de belleza femenino que promulga la sociedad patriarcal, junto con el sexismo, la adultización, la sumisión y la eternalización de la juventud. Debido a esto, los dichos de la revista sobre su dedicación a visibilizar la inclusión y darle voz a los que no la tienen quedarían descalificados.

A raíz de esta repercusión avivada por el comunicado de la revista, *Caras* emitió una segunda publicación el 27 de julio de 2020, nuevamente de la mano de su directora, en la que admiten su responsabilidad y error, y piden las debidas disculpas. Además, dan cuenta de un eje que hemos trabajado a lo largo de este ensayo, y que tiene que ver con que, y en palabras de Liliana Catalano, “el mundo (...) al que pertenece CARAS ha estado marcado por formas y estereotipos que en este momento atraviesan una constante revisión”.

Luego de la tapa de *Gente* de Cecilia Roth en el año 2020, diversos usuarios en *Twitter* advirtieron los retoques digitales a los que fue sumida la corporalidad de la actriz, y emitieron diversos comentarios al respecto. “¿No será mucho? ¿No se les habrá ido la mano con el photoshop? (...) Su imagen parece un dibujo, una foto de juventud con exceso de luz, cualquier cosa menos Cecilia Roth hoy”, *twitteaba* Mujeres Que No Fueron Tapa en un hilo que escribió acerca de esta producción. De acuerdo a lo reunido por la versión digital del diario *El Día* en su nota titulada “*No me gusta”: a Cecilia Roth la “retocaron de más” en una revista y se indignó*, algunos preguntaban cuestiones como “es Cecilia Roth o Dolores Fonzi”; o también hacían mención de que “Cecilia Roth es una mujer bellísima hacía falta hacerle tanto Photoshop, ella se muestra tal cual es en sus redes”.

Pero la protagonista de esta tapa de *Gente* eligió su *Instagram* como primera vía para emitir su descontento y reclamo acerca de la vulneración de su imagen: “Así soy, así estoy hoy, 19 de agosto del 2020. En casa, en pijama, con mi gato... Quien quiera oír, que oiga”. De esta manera, la actriz decidió manifestarse en contra del accionar de *Gente* a través del entorno virtual. Luego, en *CNN Radio*, hizo manifiesta su disconformidad con la edición grotesca de sus fotografías porque esa “es una característica de los medios”, según lo enunciado por el diario *El Día* en el artículo anteriormente mencionado.

Y a estos dos casos se le suma el de *Caras*, con su tapa del 20 de junio de 2018 donde posan Carla Peterson y Nancy Dupláa. Frente a esta, la primera reacción fue la de los usuarios de *Instagram* y *Twitter*. Los seguidores de la revista comenzaron a poner de

manifiesto, a través de más de 1500 comentarios, el ostensible uso de *Photoshop* del medio sobre las figuras de las actrices.

Algunos de los comentarios, agrupados por el sitio de noticias *online* *Guioteca* en *Actrices argentinas lucen burdo Photoshop en tapa de revista y generan críticas*, su artículo difundido el 25 de junio de 2018, señalaban el exceso de retoque llamando a un cese de deformación de las mujeres. Otros las equiparaban con *barbies* y convocaban a la creación de una ley que prohibiese los retoques de imágenes que fijan parámetros de belleza. Unos últimos, afirmaban que esos no eran los cuerpos reales de Peterson y Dupláa. Y, evidentemente, no lo eran. Solo se ubican, una vez más, como perpetradores de estándares femeninos por los que aboga la sociedad machista frente al paso del tiempo.

Ante esto, Dupláa no tardó en emitir su descontento, de manera jocosa, a través de su cuenta de *Twitter*: “Quiero agradecer a Manu Ginóbili por donarme las piernas para esta producción... ¡Para todos los que estaban preocupadísimos por saber! #GraciasManu”. De cierto modo, la actriz recurre al humor para deslegitimar el discurso hegemoníamente estandarizante de *Caras* y, de este modo, manifiesta su desacuerdo con estas prácticas. La red, aquí, se conforma como herramienta para expresión de esa disconformidad que, si no, se volvería más compleja de enunciar.

Aún más, al repudio de usuarios y de la misma Dupláa se les sumaron las de otras personalidades reconocidas, según lo compilado por la versión digital del diario *Clarín* en su nota del 25 de junio de 2018. Entre ellas, comentaron Eleonora Wexler, Migue Granados, Gastón Soffritti, Mercedes Scapola y Florencia Bas, la esposa de Ricardo Darín: “¡Sos una hermosa mujer, Nancy! ¿Por qué hacen eso y seguramente sin consentimiento? ¿Por qué creen que es mejor esa imagen distorsionada?”.

Afortunadamente, los medios de comunicación digital, como son estas plataformas en red, permiten debatir y dialogar con los medios de comunicación tradicionales. Así es que los *mass media* no se quedan, necesariamente, con la última palabra, sino que pueden ser intervenidos desde individualidades que se manifiestan a través de las plataformas para expresar su discurso contrahegemónico.

Las redes sociales se vuelven catalizadoras de reclamos que están en línea con lo que la sociedad actual demanda en materia de derechos femeninos por lo que los grandes medios tradicionales y sus acciones patriarcales no son inapelables. Aunque a veces motivados por recursos como el humor, la indignación, el repudio y el

descontento se hacen sentir, y estas voces aparecen para marcar que aquello es y debe ser enjuiciado.

Por otro lado, dada la normalización de la violencia machista en todos los ámbitos, el digital no se mantiene ajeno. Resulta, debemos admitir, un terreno ávido para los discursos patriarcales y misóginos -aún más, amparado en la posibilidad de anonimato que ofrecen los mismos-. Entonces, si bien el feminismo ha logrado fortalecerse a partir de un activismo que le permitió cuestionar violencias machistas gracias a los medios de comunicación alternativos, del mismo modo se ha creado un antifeminismo y se ha fortalecido en sus ataques a las mujeres. Esta otra expresión encontró en los espacios virtuales, una vía para la intensificación de la difusión de mensajes misóginos que aúnan los atractivos de lo popular y lo digital.

Igualmente, si bien *Internet* ha posibilitado violencias contra los movimientos emancipadores de mujeres, también permitió la conformación de una comunidad global de feministas que, a través de espacios de debate y resistencia a las feminidades hegemónicas y el humor, combaten estas expresiones violentas que las atacan.

Resulta primordial utilizar las redes estratégicamente para generar acciones colectivas que superen los valores impuestos por la cultura hegemónica y dominante. Además, como herramienta para generar conciencia y pensamiento crítico, de modo que el discurso feminista y los valores de defensa de la igualdad se sitúen en el debate central y en la agenda sin descuidar el proceso de transformación social para la igualdad.

Capítulo 6 - Conclusiones finales

A partir del análisis realizado, arribamos a un conjunto de conclusiones que entendemos fundamental exhibir a continuación.

En primer lugar, el funcionamiento de la estereotipación, el apartamiento y la minimización de la mujer resulta transversal a la historia de la humanidad y a la vida individual de cada una: el reparto de roles sexuales y la imposición de parámetros estilísticos de belleza en la sociedad patriarcal distingue, precisamente, por sexo mas no por edad, en tanto estos papeles se imponen desde el nacimiento y se busca sean mantenidos hasta la culminación del ciclo de vida.

Tal es así que, desde niñas, las mujeres son educadas, dispuestas y moldeadas mediáticamente para ser, entre otras cosas, cocineras, niñeras, modelos y madres. Se le quita a las infantes el valor que tiene el juego para reemplazarlo por el peso de una tradición que las adultiza y cosifica. Ese hallazgo del valor femenino como correlato de la apariencia, la juventud y la esteticidad se mantiene y aparece tanto al asumir el rol materno como al adentrarse en la adultez-vejez. Bajadas como las que acompañan a las tapas de Luisana Lopilato en pleno embarazo, en dónde se hace mención de ciertos tratamientos para cuidar su figura, o grotescos retoques fotográficos como los vivenciados por Cecilia Roth o Moria Casán, por mencionar algunas, son claros indicios de este lineamiento.

Y esto ocurre porque, como hemos expuesto anteriormente, a las feminidades se las considera, en todo momento cronológico y biológico, como objetos a ser observados por un espectador masculino, y no como sujetos de acción, experiencia y conocimiento.

En grandísima parte, responsables de la reproducción e instalación de esto último en el imaginario social resultan los medios de comunicación, dentro de los cuales se alojan las revistas argentinas de interés general previamente analizadas, *Caras y Gente*. En sus tapas, estos medios han hiperritualizado la femineidad, funcionando como perpetuadores de los mencionados parámetros arcaicos y machistas. Se conforman, entonces, como creadores de un sentido que se ve fomentado y reforzado diariamente por la misma sociedad en la que se inscriben.

Dice Bourdieu (2000) que cuando los dominados estructuran sus pensamientos de acuerdo con las mismas estructuras de la relación de dominación que les han sido impuestas, sus actos de conocimiento quedarán atados a esa misma sumisión y, por ello, serán actos de reconocimiento de esa dominación. Añade, además, que las

víctimas de este sometimiento aplican a las relaciones de dominación categorías construidas por la voz sometedora, de modo que las vuelven la verdad; las vuelven naturales y generan la posibilidad de una consecuente autodepreciación o autodenigración.

Hibridando las concepciones de Bourdieu con el análisis dispuesto en las precedentes páginas, llegamos a esta segunda línea conclusiva que da cuenta de esta propagación de la opresión femenina debido a estructuras legitimadas históricamente por la sociedad patriarcal. Se imponen a las mujeres, entonces, conductas de todo tipo como verdades únicas y correctas: niñas que son abiertamente adultizadas y sexualizadas; la maternidad como obligatoria, natural y como real “condición de mujer”; el desprecio a la vejez y el paso del tiempo de la mano de una idealizada juventud eterna.

Retomamos a Bourdieu, nuevamente, para probar necesaria una acción política que considere realmente los efectos de la dominación para poder contribuir (en el largo plazo) a la extinción de la dominación masculina. En función de esa culminación, de hecho, y de la violencia de género en manos del machismo es que nace el movimiento Ni Una Menos, y que despliega su lucha a lo largo y ancho del país. Y, de la mano con este, la manifestación de los nuevos medios, las redes sociales, que debaten con los medios tradicionales para ponerlos en evidencia y, en ocasiones, lograr su repliegue. Aquellos se vuelven epicentro de reflexiones que se encuentran en línea tanto con lo que se demanda en la actualidad en materia de género como con todo lo logrado por el colectivo femenino.

No menos necesaria resulta la implementación de una comunicación con perspectiva de género en cada ámbito, sobre todo, en el masivo. Sucede que, gracias a los últimos cuestionamientos y movimientos de lucha, nos encontramos en un momento histórico y social de movilización que, precisamente, pone bajo la lupa estos medios que perpetúan constantemente la dominación de género; nos encontramos en un momento histórico y social, un poco menos limitante.

Sin embargo, somos conscientes de que, si bien existen manifestaciones como las que hemos relevado, y que han funcionado como detractores y expositores de un paradigma tan opresor como descalificador, siguen erigiéndose como tácticas, pues el orden patriarcal aún aparece como dominante y predominante, manteniéndose en todo ámbito imaginable, incluso, en aquel de las redes.

Por tal, resolvemos de aún mayor relevancia y necesidad el despliegue de herramientas que, desde la comunicación, eduquen y permitan repensar y visibilizar un modelo

Las edades de la mujer en el periodismo gráfico, un retrato de la distorsión

diferente. Para que exista un cambio efectivo de paradigma, se debe apuntar hacia la modificación estructural de la cultura de base, teniendo a los medios de comunicación como aliados para alentar ese cambio.

Bibliografía

Artículos y Libros

- ARENDT, H. (1995). *De la historia a la acción*. Barcelona. Paidós I.C.E.
- BEAUVOIR, S. (2005). *El segundo sexo*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- BERGANZA CONDE, M.R. y DEL HOYO HURTADO, M. (2006). *La mujer y el hombre en la publicidad televisiva: imágenes y estereotipos*. Zer: Revista de estudios de comunicación: Komunikazio ikasketen
- BERGER, J., BLOMBERG, S., DIBB, M., FOX, C. y HOLLIS, R. (2016). *Modos de ver*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- BOURDIEU, P. (2000). *La dominación masculina*. Barcelona: Editorial Anagrama Barcelona.
- BUTLER, J. (2007). *El género en disputa*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- BUTLER, R. N. (1969). *Ageism: Another Form of Bigotry*. *The Gerontologist* (núm. 9, 243-246).
- CARLÓN, M. (2016). *Una apropiación contemporánea de la teoría de la comunicación de Eliseo Verón*, en *Comunicación, campo(s) teorías y problemas. Una perspectiva Internacional*; en Vizer Eduardo y Carlos Vidales (coordinadores). Salamanca: Comunicación social.
- CARLÓN, M. (2020 [2018]). *Medios individuales, medios colectivos, y circulación transversal: desde “adentro hacia afuera” y desde “afuera hacia adentro” (o cómo afecta la nueva circulación a las instituciones sociales)*. En *Circulação discursiva e transformação da sociedade*, Actas del VIII Pentálogo de CISECO. Japaratinga, Brasil.
- DIJCK, J. (2013). *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2016.
- DORLIN, E. (2008). *Sexo, Género y Sexualidades: Introducción a la Teoría Feminista*. Nueva Visión. Buenos Aires.
- FEDERICI, S. *Calibán y la bruja. Mujeres, cuerpo y acumulación originaria*. Madrid: Traficantes de sueños, 2004.
- GAHETE MUÑOZ, S. (2019). *Repensando el feminismo. Los límites de un concepto polisémico*. Tesis. Universidad Complutense de Madrid
- GARCÍA MATINEZ, A. (2013). *El pensamiento feminista de Simone de Beauvoir en el segundo sexo*. Tesis. Universitat Jaume I.
- GOFFMAN, E. (1991). *La ritualización de la femineidad* (1976). en *Los momentos y sus hombres*. Barcelona: Editorial Paidós.

Las edades de la mujer en el periodismo gráfico, un retrato de la distorsión

- HASAN, V.F y GIL, A.S. (2016). *La comunicación con enfoque de género, herramienta teórica y acción política. Medios, agenda feminista y prácticas comunicacionales. El caso de Argentina*. Guadalajara: Editorial La ventana.
- HOLLOWS, J. (2005). *Feminismo, estudios culturales y cultura popular*. Revista Lectora n 11 (2005) Traducción de Pau Pitarch. Original en Feminism, Femininity and Popular Culture, Manchester, Manchester University Press, 2000.
- JENKINS, H. (2006). *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Editorial Paidós.
- KHARROUBI GUTIÉRREZ – SOTO, S. (2015). *Estudio comprobatorio del poder transformador del feminismo contra la publicidad sexista. Adiós 90-60-90* (Trabajo de Fin de Grado). Recuperado de <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/14017>.
- LÓPEZ DíEZ, P. (2008). *Los medios y la representación de género: algunas propuestas para avanzar*. Tesis. Universidad de Alicante. Centro de Estudios sobre la Mujer
- MARCUSE, H. (1976). *Calas en nuestro tiempo. Marxismo y feminismo*. España. ICARIA Editorial, S. A.
- SCHÜSSLER FIORENZA, E. (2004). *Los caminos de la sabiduría*. Sal terrae; 1er edición.
- SCOTT, J. (1996). *El género: una categoría útil para el análisis histórico*. En: Lamas
- SEN, G. (1996). *Una economía alternativa desde una perspectiva de género*. En “Nuevos enfoques económicos. Contribuciones al Debate sobre Género y Economía”, UNAH/POSCAE. San José, Costa Rica.
- TOFFLER, A. (1980). *La tercera ola*. Estados Unidos: Editorial Plaza & Janes.
- VARELA, N. (2008). *Feminismo para principiantes*. España. Ediciones B, S. A., 2008.
- VILLARREAL, MONTOYA, A.L. (2001). *Relaciones De Poder En La Sociedad Patriarcal*. Revista Electrónica "Actualidades Investigativas en Educación", 1(1),0 - 17. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=44710106>.

Perfiles Personales de Redes Sociales

- BECK, I. [@soyingridbeck]. (2020, 22 de julio). *"Plus size", "mujer real". Qué vergüenza esta tapa de la revista @caras. Impone parámetros de belleza y encima se la* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/soyingridbeck/status/1285957279255277568?s=20&t=voZWkW0UmS7Vtpr2HIVGw>

- DI TRUJILLO, L. [@ditulliojuli]. (2020, 22 de julio). *La revista CARAS luce con orgullo en tapa su eterna y violenta estupidez. NO importa cuándo leas esto.* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/ditulliojuli/status/1285972513990815745?s=20&t=voZwkW0UmS7Vtpr2HIVGw>
- DUPLÁA, N. [@NancyDupla5]. (2018, 22 de junio). *Quiero agradecer a Manu Ginobili por donarme las piernas para esta Produccion....para todos los que estaban preocupadisimos por saber! #graciasManu* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/nancydupla5/status/1010296742452105216?lang=es>
- ETCHEVES, F. [@fetcheves]. (2015, 11 de mayo). *@Marcelitaojeda se me ocurre mujeres referentes grosas convocando a mega marcha. No sé si sirve, pero visibiliza.* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/fetcheves/status/597800565779890176>
- LEVY, L. [@LuluPauer]. (2020, 22 de julio). *Esto es violencia @caras ¿O en algun momento titularon "Pampita muestra con orgullo su abdomen"? ¿Por qué se hace foco* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/LuluPauer/status/1285966591612641281?s=20&t=voZwkW0UmS7Vtpr2HIVGw>
- MUJERES QUE NO FUERON TAPA. [@mujeresquenofue1]. (2020, 23 de agosto). *Parte 1 ¿No será mucho? ¿No se les habrá ido la mano con el photoshop? La que aparece en la.* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/mujeresquenofu1/status/1297550835266859008?s=20&t=8rxEkZPm9Tr9-5S-Qz2XFw>
- MUJERES QUE NO FUERON TAPA. [@mujeresquenofuerontapa]. (2020, 22 de julio). *"Luce con orgullo su look plus size" "Víctima del bullying, enfrenta las críticas con fortaleza... Una princesa que vive su* [Posteo de Instagram]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CC82RGnAoXB/>
- OJEDA, M. [Marcelitaojeda]. (2015, 11 de mayo). *Actrices, políticas, artistas, empresarias, referentes sociales ... mujeres, todas, bah.. no vamos a levantar la voz? NOS ESTAN MATANDO* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/marcelitaojeda/status/597799471368564736?lang=es>
- PETERSON, C. [@petersoncarla]. (2020, 22 de julio). *Y porque me preguntan si es verdad esta tapa. Acá les dejo texto de @mujeresquenofuerontapa Porque esto también enferma.* [Posteo de Instagram]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CC9ewDvlqqC/>

Las edades de la mujer en el periodismo gráfico, un retrato de la distorsión

- ROTH, C. [@ceciroth]. (2020, 19 de agosto). *Así soy, así estoy hoy, 19 de agosto del 2020. En casa, en pijama, con mi gato.... Quien quiera oír, que oiga.* [Posteo de Instagram]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CEF6BqOJApk/>

Artículos Digitales de Sitios de Noticias

- “No me gusta”: a Cecilia Roth la “retocaron de más” en una revista y se indignó. (2020, 25 de agosto). El día. <https://www.eldia.com/nota/2020-8-25-4-45-0--no-me-gusta-a-cecilia-roth-la-retocaron-de-mas-en-una-revista-y-se-indigno-espectaculos>
- CASTAÑO, L. (2020, 27 de julio). *Pedido de disculpas tras la tapa de Caras sobre Amalia, la hija de Máxima de Holanda.* Caras. <https://caras.perfil.com/noticias/actualidad/pedido-de-disculpas-publico-tras-la-tapa-de-amalia-la-hija-de-maxima-de-holanda.phtml>
- *La princesa "plus size": El cruce de MujeresQueNoFueronTapa con la revista Caras.* (2020, 24 de julio). Página 12. <https://www.pagina12.com.ar/280568-la-princesa-plus-size-el-cruce-de-mujeres-que-no-fueron-tapa>
- *Las famosas, unidas contra la polémica tapa de Caras sobre la hija de Máxima: "Esto también enferma".* (2020, 23 de julio). Ciudad Magazine. https://www.ciudad.com.ar/espectaculos/las-famosas-unidas-contra-polemica-tapa-caras-hija-maxima-esto-tambien-enferma_143268
- MONTI, M. (2020, 22 de julio). *Fuertes críticas a la revista Caras por el título de su portada con la hija de Máxima Zorreguieta.* Infobae. <https://www.infobae.com/teleshows/infoshows/2020/07/22/fuertes-criticas-a-la-revista-caras-por-el-titulo-de-su-portada-con-la-hija-de-maxima-zorreguieta/>
- *Nancy Dupláa hizo un picante comentario por la polémica tapa de la revista Caras.* (2018, 25 de junio). Clarín. https://www.clarin.com/espectaculos/fama/nancy-duplaa-hizo-picante-comentario-polemica-tapa-revista-caras_0_HJ00o4TZm.html
- *Ola de críticas tras la insólita tapa de Caras: "La hija mayor de Máxima de Holanda luce con orgullo su look 'Plus Size'".* (2020, 22 de julio). Ciudad Magazine. https://www.ciudad.com.ar/espectaculos/ola-criticas-tras-insolita-tapa-caras-hija-mayor-maxima-holanda-luce-orgullo_143150
- REDACCIÓN LOS ANDES. (2020, 22 de julio). *Caras salió a responder las críticas que recibió por la tapa que publicó con la hija de Máxima Zorreguieta.* Los Andes. <https://www.losandes.com.ar/da-la-nota/caras-salio-a-responder->

Las edades de la mujer en el periodismo gráfico, un retrato de la distorsión

[las-criticas-que-recibio-por-la-tapa-que-publico-con-la-hija-de-maxima-zorrequieta/](#)

- SARASQUETA, A. (2018, 25 de junio). *Actrices argentinas lucen burdo Photoshop en tapa de revista y generan críticas*. Guioteca. <https://www.guioteca.com/espectaculo-argentino/actrices-argentinas-lucen-burdo-photoshop-en-tapa-de-revista-y-generan-criticas/>