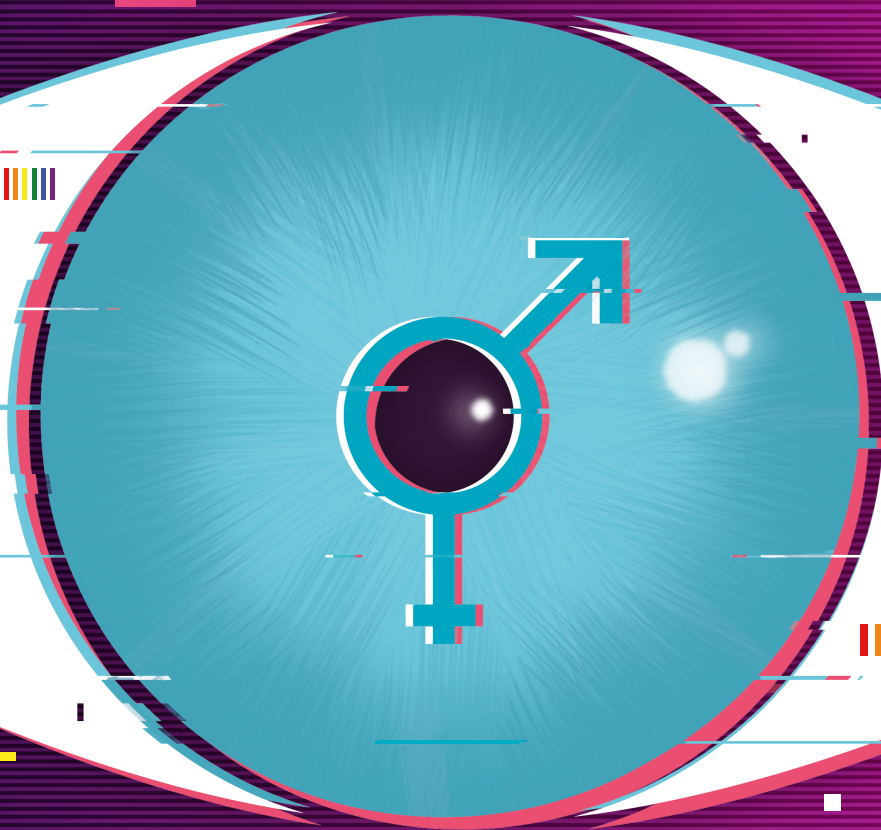


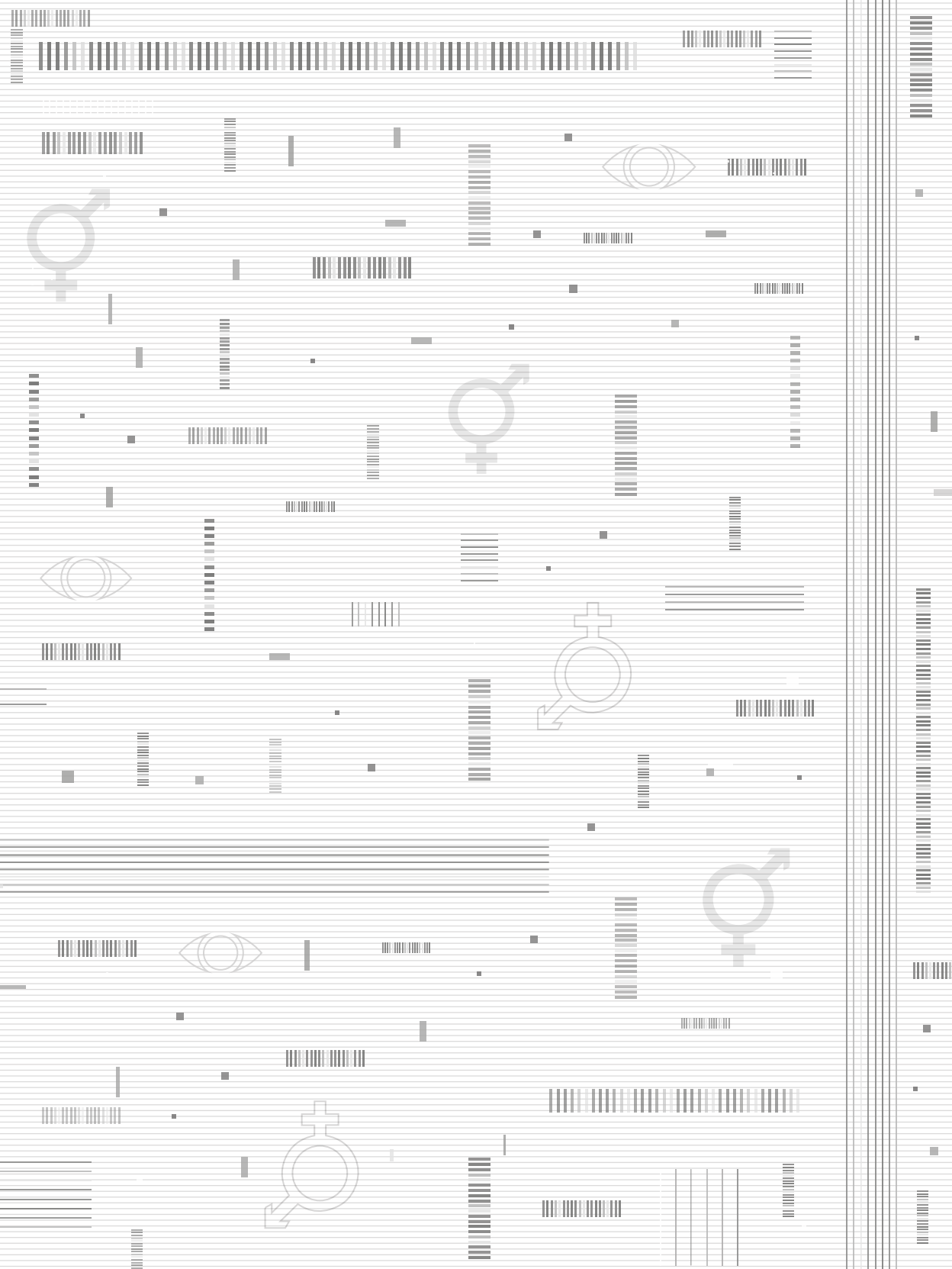
El género y su impacto para los estudios en la era digital

Lázaro Marcos Chávez Aceves
Coordinador



UNIVERSIDAD DE
GUADALAJARA
Red Universitaria de Jalisco

UDGVIRTUAL®



**EL GÉNERO Y SU IMPACTO PARA LOS
ESTUDIOS EN LA ERA DIGITAL**



UNIVERSIDAD DE
GUADALAJARA

Red Universitaria e Institución Benemérita de Jalisco

Ricardo Villanueva Lomelí
Rector General

Héctor Raúl Solís Gadea
Vicerrector Ejecutivo

Guillermo Arturo Gómez Mata
Secretario General

 UBDGVIRTUAL®

María Esther Avelar Álvarez
Rectora

Jorge Alberto Balpuesta Pérez
Director Académico

María del Consuelo Delgado González
Directora Administrativa

Gladstone Oliva Íñiguez
Director de Tecnologías

Angelina Vallín Gallegos
Coordinadora de Recursos Informativos

Alicia Zúñiga Llamas
Responsable del Programa Editorial

Lázaro Marcos Chávez Aceves

Coordinador

**EL GÉNERO Y SU IMPACTO PARA LOS
ESTUDIOS EN LA ERA DIGITAL**

México

2021



**UNIVERSIDAD DE
GUADALAJARA**
Red Universitaria e Institución Benemérita de Jalisco

 **UDGVIRTUAL®**

Comité dictaminador

Dra. Catherine Bourgeois, Faculté de Philosophie et Sciences Sociales, Université Libre de Bruxelles, Bélgica

Dr. David López Jiménez, Business School (EAE), España

Dra. Patricia Vargas Portillo, Business & Marketing School (ESIC), España

Dra. Ana Isabel Zermeño Flores, Universidad de Colima, Centro Universitario de Investigaciones Sociales, México

Primera edición, 2021



UNIVERSIDAD DE
GUADALAJARA

Red Universitaria e Institución Benemérita de Jalisco

D.R. © 2021, Universidad de Guadalajara

Sistema de Universidad Virtual

Avenida de la Paz 2453, Col. Arcos Vallarta

CP 44140, Guadalajara, Jalisco

Tels. 33-3134-2208 / 33-3134-2222 / 33-3134-2200 / ext. 18775

www.udgvirtual.udg.mx

 UDBGVIRTUAL

es marca registrada del Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara

Se prohíbe la reproducción total o parcial de esta publicación, su tratamiento informático, la transmisión de cualquier forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros medios, sin el permiso expreso del titular del copyright.

ISBN 978-607-571-199-7 (versión electrónica)

Impreso y hecho en México

Printed and made in Mexico

ÍNDICE

El género y su impacto en la era digital: reflexiones introductorias	9
Lázaro Marcos Chávez Aceves	
Capítulo 1. Las sonrisas de la sociedad red: salud bucodental, género y medicalización	15
Édgar Arturo Flores Larios	
Capítulo 2. Cultura y género en el <i>cosplay</i> y el <i>crossplay</i>	49
Francisco Javier Cortázar Rodríguez	
Capítulo 3. Las (re)presentaciones del género en lo digital: análisis cinematográfico de los estudios Pixar y Walt Disney desde 1995 a 2018	69
Francisca José Ortiz Ruiz	
Capítulo 4. Religión heterodisidente: el papel de las imágenes religiosas en la comunidad LGBT+; un estudio de caso	95
Joel Ruiz Sánchez, Jesús Manuel Cárdenas Hinostrero	
Capítulo 5. Usos de las redes sociales orientadas a hombres que buscan sexo con hombres: un estudio de caso desde la etnografía virtual	125
Lázaro Marcos Chávez Aceves, Salvador Medina García	
Capítulo 6. Competencias mediáticas en comunicación para el cambio social: el uso de las redes sociales en una organización feminista en Nayarit	139
Hilda Antuanett Espinosa Fragoso, Luis Antonio Fernando Bonifaz Moreno	
Sobre los autores	167

EL GÉNERO Y SU IMPACTO EN LA ERA DIGITAL: REFLEXIONES INTRODUCTORIAS

Lázaro Marcos Chávez Aceves

Al momento en que el ser humano empuñó por primera vez un objeto con la intención de utilizarlo para conseguir un resultado, la tecnología comenzó a intervenir en la evolución de la especie humana. Este hecho cambió sus sociedades, sus modos de producción y de comunicación, su dinámica con el entorno y las formas que tenían para explotar los recursos naturales, para conformar la fuerza productiva y para concebir ideas e innovaciones; inclusive, los mitos, la espiritualidad, el lenguaje y la cultura comenzaron a establecer usos tecnológicos para sus distintos fines.

Internet y las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) continúan acelerando los procesos para establecer comunicación, obtener difusión y almacenar información. Estos adelantos tecnológicos y comunicativos también permean a los movimientos sociales y culturales, con lo cual se amplían los marcos de respuesta a problemáticas regionales por movilizaciones de carácter transnacional. Respecto a la cultura, la extracción de ciertas formas simbólicas (Thompson, 1993), consumidas y apropiadas –pero sin llegar a un proceso de aculturación–, puede volverse de carácter global gracias a la difusión que la red hace de estos componentes.

La web y el conjunto de aplicaciones a las que da acceso –como las redes sociales–, son el vehículo desde el cual trasladamos los componentes de la realidad a la virtualidad. La demostración de un experimento científico, las contiendas políticas, la externalización de muestras de afecto, los relatos que denuncian acoso o los testimonios sobre la violencia, son ejemplos de actividades que han utilizado los canales digitales para su divulgación. Si bien ambos espacios, presencial y virtual, son pensados desde sus propias características, nunca se conciben como dos realidades separadas; por el contrario, se infieren como campos entrelazados.

En México, 65% de la población usa internet diariamente; 98% de estos usuarios lo emplea para servicios de mensajería instantánea (Hootsuite, 2019), ya que el avance de las tecnologías de comunicación ha permitido que las conversaciones cotidianas se mantengan en un continuo; basta que los individuos cuenten con un dispositivo adecuado y una conexión a internet. De esta forma los límites para la comunicación y el consumo digital se reducen a zonas sin cobertura, al porcentaje de batería y a los reglamentos o acuerdos institucionales respecto a restricciones de estos equipos en ámbitos laborales, educativos, comerciales y culturales. Por estas razones, es evidente que el progreso de internet y de las TIC tiene implicaciones sociales.

En el acceso a las tecnologías y en la interacción entre los individuos dentro de la red se pueden observar procesos de inclusión y exclusión social, relacionados con los índices de pobreza y alfabetización, el grado de desarrollo económico y social, y cuestiones sobre el consumo y la identidad digital (Ramírez, 2012); esto, a su vez, se supedita a la amplia gama de temáticas relacionadas con el género. Desde esta relación se concibe la coordinación del presente libro y del desarrollo de los seis capítulos que lo conforman. Los ejes que se abordan versan sobre el análisis de los recursos tecnológicos para la comunicación digital en movimientos relacionados con la identidad, la expresión y la representación de género.

El planteamiento teórico desde el cual se aborda la relación entre la era digital y el género concibe a los aspectos vinculados a este último como una construcción social, moldeable a configuraciones sociales (Elías, 2002), reduccionistas de lo femenino y lo masculino, que perpetua un sistema heteronormativo y patriarcal

regulatorio de la identidad y las relaciones de género (Mead, 1973; Scott, 1996; Bourdieu, 2007). Empero, es una categoría plástica que permite analizar los procesos de socialización como discursos en la construcción del género y la sexualidad, según marcos ideológicos, tradiciones culturales y posibilidades de reinterpretación, individuales y colectivas, de acuerdo con los contextos de los individuos (Butler, 2001 y 2006).

Así, la identidad y la expresión de género colocan a los cuerpos al centro de la reflexión. A partir de su diseño, tanto en la presencialidad como en la virtualidad, el género se afirma como una estructura rígida de dominación, como una configuración dinámica que, aunque no escapa de determinadas representaciones hegemónicas, logra concebirse como una construcción desde la subjetividad que pretende resistir estereotipos que conllevan al control y al ordenamiento social, y luchar por la legitimidad de aquellos cuerpos que históricamente han estado invisibilizados, oprimidos y expropiados, para que puedan exponerse con libertad, sin miedo a la señalización, a la estigmatización o a la discriminación.

La era digital, entendida como el espacio y el tiempo permitido por los avances tecnológicos –especialmente comunicativos–, donde conviven diferentes realidades (inmediatas y virtuales), trae consigo nuevas configuraciones simbólicas; de ahí que el género se vuelve una categoría central de análisis del impacto en lo digital. Con el afán de estudios reflexivos y creativos, donde se ahonde en los vínculos que tiene internet y las TIC con la discusión, además del conjunto de conocimientos de los estudios de género, en los capítulos que conforman este libro predomina un enfoque cualitativo, con bases etnográficas-virtuales (Hine, 2004), y exploratorio, desde donde se abordan diferentes objetos, problemáticas y casos de estudio en torno a la relación de estos temas.

En el primer capítulo, *Las sonrisas de la sociedad red: salud bucodental, género y medicalización*, Édgar Arturo Flores Larios analiza, desde el campo de la salud, cómo el diseño de la sonrisa impacta en la noción de género de lo femenino en la era digital. Para ello, hace una revisión de la comercialización y las estrategias de *marketing* que se valen de la imagen de la mujer para promocionar productos y servicios bucodentales, y cómo influye esto en el valor y las apariencias bucales ideales, así

como en la aparición de tendencias, ofertas y demandas que buscan el ideal estético dental distribuido por la red.

Por su parte, en el segundo capítulo, Francisco Javier Cortázar Rodríguez se sirve de las prácticas del *cosplay* y el *crossplay*, usuales en las convenciones de cómics, para reflexionar sobre la construcción del género dentro de la cultura. Entre los hallazgos de este trabajo se encuentra que estas nuevas manifestaciones, además de jugar con el género, transgreden las representaciones hegemónicas de los personajes ficcionales para abrirse hacia la presencia y representación del género, a través de la reinterpretación corporal del universo ficcional.

Francisca Ortiz Ruiz, en su capítulo Las (re)presentaciones del género en lo digital: análisis cinematográfico de los estudios Pixar y Walt Disney desde 1995 a 2018, se centra en una parte de las representaciones de género que se pueden encontrar en el mundo digital, especialmente en los casos en que estas son impuestas en la infancia mediante la exposición a los medios masivos de comunicación, y a toda la producción cinematográfica en *streaming*. El objetivo principal de su investigación es aportar a la comprensión de las categorías de género usadas, presentadas, representadas y promovidas en las películas creadas por los estudios de animación Pixar y Walt Disney en un período de 23 años, que influyeron –y lo siguen haciendo– en las nociones de género de los infantes que vieron estas producciones cinematográficas. Como parte de los resultados, la autora argumenta que lo digital puede entenderse como una nueva plataforma productora y promotora de ciertas representaciones del género.

Posteriormente, los siguientes dos capítulos localizan sus problemáticas y objetos de estudio en la diversidad sexual. Ambas investigaciones muestran que las apropiaciones simbólicas y los usos de la red fortalecen y permiten, al mismo tiempo, reelaborar la identidad y el sentido de pertenencia. En el estudio Religión heterodisidente: el papel de las imágenes religiosas en la comunidad LGBT+; un estudio de caso, Joel Ruiz Sánchez y Jesús Manuel Cárdenas indagan respecto al componente religioso presente en la apropiación de las imágenes santorales heterodisidentes, es decir, santos con características de género propias de la comunidad LGBT+. En su estudio de caso, se analizan los procesos de difusión y recepción de estas efigies

en la red para determinar cómo influyen en la identidad y el sentido de pertenencia de esta población, y de qué forma se vincula la espiritualidad y la sexualidad.

El capítulo cinco, Usos de las redes sociales orientadas a hombres que buscan sexo con hombres; un estudio de caso desde la etnografía virtual, se enfoca en las experiencias de algunos de los miembros de un sitio web orientado al comercio sexual entre varones homosexuales y, a partir de estas, se indaga en los usos diferentes, además de “ligar”, que se le da a esta plataforma digital.

En el último capítulo, Competencias mediáticas en la comunicación para el cambio social: el uso de las redes sociales en una organización feminista de Nayarit, Hilda Antuanett Espinosa Fragoso y Luis Antonio Fernando Bonifaz Moreno reflexionan sobre el desarrollo de las competencias y habilidades informativas y mediáticas de la Colectiva Feminista Nayarit, movimiento que reacciona a los mecanismos de producción y reproducción de la violencia, la desigualdad, la marginación y la discriminación de mujeres y niñas del estado, y que ha utilizado las redes sociales como una herramienta de comunicación social para difundir, organizar y expresar sus ideales y conocimientos con sus pares. Además de describir las intervenciones que el grupo tiene en la web y en las redes sociales, identifican los ejes discursivos de sus mensajes, desde el punto de vista de sus objetivos de género, sus propuestas de acción y su interacción con organizaciones con las que comparten objetivos similares de acción.

Los temas desarrollados en esta obra son relevantes porque proponen la discusión entre dos ámbitos actuales importantes: el género y lo digital. Ambos son un lente que permite ver la cultura actual, pues en el ciberespacio se manifiestan y circulan viejos y nuevos significados que constituyen lo social, sobre todo en el contexto existente. Hasta antes del establecimiento de restricciones de movilidad social como medida para frenar la pandemia provocada por el Covid-19, la migración de la población al terreno de la digitalización no era apremiante. Inmersos en el presente escenario de pandemia y pospandemia global, es imperioso ampliar la mirada para el estudio de las transformaciones político-morales en los individuos desde los ámbitos del género y lo digital.

Referencias

- Bourdieu, P. (2007). *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.
- Butler, J. (2001). *El Género en disputa: el feminismo y la subversión de la identidad*. México: Paidós.
- Butler, J. (2006). *Deshacer el género*. Paidós: Barcelona.
- Eliás, N. (2002). *Compromiso y distanciamiento. Ensayos de sociología del conocimiento*. Barcelona: Península.
- Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. España: uoc.
- Hootsuite. (2019). Digital 2019: México. *DataReportal*. Recuperado de: <https://data-reportal.com/reports/digital-2019-mexico>
- Mead, M. (1973). *Sexo y temperamento en las sociedades primitivas*. Barcelona: Laia.
- Ramírez Plascencia, D. (2012). *El nexa inclusión marginación en la era digital*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, Sistema de Universidad Virtual.
- Scott, J. (1996). El género: la construcción cultural de la diferencia sexual, en Marta Lamas (comp.), *El género: la construcción cultural de la diferencia sexual* (pp. 265-302). México: PUEG.
- Thompson, J. B. (1993). *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. México: UAM.

CAPÍTULO 1

LAS SONRISAS DE LA SOCIEDAD RED: SALUD BUCODENTAL, GÉNERO Y MEDICALIZACIÓN

Édgar Arturo Flores Larios

La boca es una porción representativa externa del cuerpo humano, es parte del rostro y participa de las expresiones faciales. Sin su desarrollo, es probable que nuestra cultura no existiera como la conocemos, ya que gracias al avance y uso del lenguaje fue posible una cognición superior que consintió la creación de sociedades complejas como en la que estamos inmersos. De acuerdo con Bartra (2014), hace un cuarto de millón de años los primeros hombres anatómicamente modernos “contaban con un reducido paquete exocerebral formado por sistemas de parentesco, imagería visual, música, danza, mitología, ritual y memoria artificial” (p. 72); este subgrupo de homínidos en África “sufrió rápidos cambios en la estructura, configuración y tamaño de su sistema nervioso central. Estos cambios se sumaron a las transformaciones, seguramente muy anteriores, del aparato vocal” (p. 25), lo que permitió la configuración del habla como actualmente la conocemos.

Bartra (2014) señala que Colin McGuinn, en su obra *The mysterious flame. Conscious minds in a material world*, hipotetiza al exocerebro como un complejo cultural exterior que forma parte de un sistema simbólico que funciona como una extensión de la memoria, que se encuentra compuesta por mecanismos sociales

y culturales, entendidos metafóricamente como circuitos extrasomáticos. Para McGuinn, continúa Bartra (2014), los símbolos tienen una función protésica que ayuda a los procesos cerebrales como la memoria y la etiquetación, los cuales entran en juego en la fabricación del lenguaje.

Aunado al lenguaje y a la cognición, la boca tiene muchas otras funciones tanto fisiológicas como de interacción simbólica cotidiana: tiene un rol primordial al alimentarnos, besarnos y reírnos; a través de ella rezamos, cantamos, escupimos y la lista podría seguir. Las estructuras bucodentales no solo consisten en el balance neurosensitivo preciso, ni en los 46 músculos necesarios para la mímica y la expresión facial. La boca contiene una capacidad de identificación que ha interesado a la antropología, las ciencias y la medicina; carácter que, desde la interacción social, nos otorga distinción e, incluso, identidad. Al ser parte fundamental de nuestra vida, ¿por qué vislumbrar la atención de lo bucodental desde un panorama aislado y alejado?

De esto surge el presente trabajo, cuyo principal propósito es visibilizar los aspectos que rodean a lo bucodental en la cultura tripartita que conforma la instantaneidad, el éxito y la hipercomunicación, a través del consumo y la mercantilización en sinergia con la sociedad red que lo asocia con aspectos de género. Para ello, se ha realizado un análisis bibliográfico bajo un paradigma reconstruccionista (Zemelman y Merino, 1992), que se dirige a la articulación sistemática del conocimiento en ejes ordenadores, mediante posturas, líneas teóricas, conceptos y categorías afines con la antropología médica crítica y la medicina social, utilizándolas como herramientas para entender los símbolos y apariencias bucales y sus significados en la era digital. Asimismo, todo lo considerado en el estudio concluye en una crítica a las políticas públicas de administración de la salud bucodental.

Tecnocracia y neoliberalismo: el consumo de la sonrisa y la salud bucodental

La unión del *marketing* moderno con la configuración ideológica de la belleza y el éxito, instituida por las tradiciones de la cultura predominante, ha implantado en

la sociedad un conocimiento ajeno a lo natural y necesario de lo bucodental. Esto ha influido, principalmente, en la cultura médico-odontológica, donde la salud ha sido suplantada por el deseo y el lujo, se dejan de lado las acciones preventivas para explotar en sus diversas formas los tratamientos restaurativos y estéticos. Con esto, la salud integral de la boca se ha dejado como un accesorio periférico de esta.

A nivel mundial, el ejercicio de la odontología tiene una predominancia en la práctica privada, debido a los altos costos que representa su dependencia tecnológica y el personal ultraespecializado que la ejerce. En México, el principal reto de esta rama de la salud reside en la insuficiente atención dental disponible, pues se estima que hasta 90% de la concentración de odontólogos se encuentra en consultorios privados (Sifuentes, 2011).

En 2012, la Secretaría de Administración Tributaria estimaba una cantidad de 64 408 odontólogos en la práctica privada (85.52%), mientras que solo 8 707 (14.42%) laboraban en el sector público, lo que daba una tasa de 134.97 odontólogos por cada 100 000 habitantes en el país, según el último registro de 2010 (Novelo-Arana *et al.*, 2013). Esta desigualdad en la oferta desnaturaliza al complejo simbólico que rodea la salud bucodental y posibilita la mercantilización de esta, lo que conlleva al consumismo de los servicios odontológicos estéticos y de los nuevos productos farmacológicos y de belleza (Rivas y Becerra, 2004).

La salud dirigida en específico a las diferentes partes de la boca tiene un costo y un valor (económico y cultural) elevado.

La actual tendencia de la modernidad tecnológica globalizante está llevando a las relaciones médico-paciente hacia una concepción meramente monetaria, de venta-compra, debido a la necesidad urgente de parte del médico de recuperar la inversión y a la reducción cada vez más notoria de pacientes que puedan pagar el costo de los tratamientos clínicos que, debido a la orientación que toma el odontólogo hacia la actualización y especialización, cada vez serán más costosos, trayendo también a la par este fenómeno la segregación, la marginación y la exclusión de un mayor número de personas que no puedan pagar dichos costos, aun y cuando requieran los tratamientos (Rivas y Becerra, 2004, p. 151).

En esta subcultura de la compra-venta de la salud bucodental, las mujeres tienen un papel importante; ya que son las usuarias más frecuentes de los servicios de atención de la salud (OMS, 2009), y quienes sufren de mayor prevalencia de patologías bucales,¹ algunas de estas asociadas a condiciones específicas del género (SIVEPAB, 2015), como el embarazo y la menopausia. Por otra parte, las mujeres son utilizadas como figura-objeto ideal o modelo en lo referente al consumo bucodental; por ejemplo, en el volumen de labios deseado o en la sonrisa perfecta.

La sonrisa se asocia con el éxito, la lozanía y la belleza (Papalini, 2014), y es el epítome de la representación social de la salud bucodental. Por esto, la industria de la moda, de la higiene personal y de la atención privada de la salud han enfocado sus ojos en ella con especial interés en los últimos años. Cada vez más estrategias de mercadotecnia se valen de esta parte del cuerpo, e incluso se ha creado un nicho especializado en *marketing* alrededor de lo bucodental. Desde la mirada del consumo, la sonrisa femenina funge como un objeto ideal para la venta de la salud bucodental. Esto se remonta al siglo XX, con la comunicación masiva mediática que utilizaba frecuentemente a la imagen de la mujer como objeto ideal –y de referencia– en la publicidad de artículos de higiene bucal.

Mejías señala que la publicidad participa “en la creación de estereotipos, intenta infundirlos en el pensamiento de la población a través de los medios. A través de esta percepción exagerada, se ha conseguido crear una publicidad más machista; como simple ejemplo, los autos son para los hombres, mientras que las cremas son para las mujeres” (2017, p. 14). En este tenor, en una consulta simple de imágenes en la red, a través de un buscador web, con los términos *sonrisa* y *pasta dental*, entre 70% y 80% de los resultados muestran mujeres jóvenes caucásicas sonriendo.

¹ Según las cifras del Sistema de Vigilancia de Patologías Bucles (SIVEPAB) las mujeres representan 65.3% del total de la población adulta que acude a los servicios de salud bucodentales, cifra que se incrementa en los grupos etarios de entre 20 a 39 años, donde las mujeres llegan a 70.1% del total de los usuarios (SIVEPAB, 2017, pp. 53-60). Además, las mujeres entre 20 y 49 años tienen un promedio mayor de dientes cariados en comparación con los hombres, y se reporta que el promedio de dientes perdidos, en todos los grupos de edad, es mayor para este género (SIVEPAB, 2017).

Los parámetros del consumo dependen de imágenes, y en un principio estas fungían como mediadoras entre la publicidad y los medios con el mundo; sin embargo, es la imagen la que se vuelve sobre sí misma evitando el mundo. Baudrillard (2009) profundiza en este aspecto: “el significante se designa a sí mismo detrás del pretexto del significado [...], se pasa de un mensaje centrado en el significado a un mensaje centrado en el significante” (p. 147). Las imágenes en los anuncios imponen “el consenso de todos los individuos virtualmente convocados a descifrarla” (p. 148); en este sentido, al consumir estas imagen de sonrisas, se consume la apariencia, es decir, el querer ser.

Para la presentación y el consumo de estas imágenes mercadotécnicas es necesario un lenguaje que permita transmitirlo, a través de la palabra escrita o de elementos visuales, y un medio técnico, como la televisión o la red que proporciona internet. En este sentido, la evolución del mensaje, ahora masivo, tiene concurrencia en virtud de la sistematización en el nivel de codificación y en el medio técnico, al producir repetitiva y sistemáticamente los mensajes, ya no a partir del mundo sino del medio mismo (Baudrillard, 2009). Aquí entra en juego la transición de la sociedad industrial hacia la llamada *cibersociedad*, espacio social que trajo consigo nuevas herramientas, tecnologías y formas de comunicación e información, algunas de las cuales se convirtieron casi en prótesis para la vida; muestra de ello es el teléfono celular, objeto que con mayor frecuencia se considera imprescindible y que permite el acceso a estas imágenes.

El progreso y la modernidad-postmodernidad otorgó a la salud un carácter quístico tecnológico, de manera que ahora es impensable la imagen de un médico sin estetoscopio, pero también de una medicina sin tomógrafo o sin expediente electrónico. Esta apelación tecnócrata de la salud trajo consigo la transición de la compra-venta de la salud a la del bienestar (*wellness*).² Esto se entiende como un proceso holístico dinámico y complejo que progresa durante la vida y que encuentra

² De acuerdo con Kirsten, Walt y Viljoen (2009), el bienestar *o well being-wellness* es un concepto que tiene diversas acepciones, a diferencia de otros más concretos como el de salud. Acorde con la visión ecosistémica del ser humano, el bienestar presenta un enfoque más holístico, en el que aquel se observa como un ser multidimensional, es decir, bio-psico-espiritualmente.

su contraparte en el padecimiento y no en la enfermedad (Kirsten, Walt & Viljoen, 2009). Desde el punto de vista comercial, *bienestar* es un concepto líquido que ape- la a la subjetividad y al deseo (más que a su acepción inicial, proveniente de la visión ecosistémica de la salud), lo que ha llevado al consumo de la salud de tendencia.

Bajo este entendido, la crema o pasta dental y el cepillo dental, es decir, la tecnología cotidiana, actualmente se consideran imprescindibles, ya que estos objetos forman parte del panorama de nuestro cuarto de baño, por lo que el mobiliario porcelanizado de *stock* incluye por defecto una pequeña plataforma para posicionarlos. Sin embargo, ante esta etiqueta de “indispensables” se puede cuestionar si realmente estos elementos son necesarios para mantener la salud dental. Al respecto, Dickson menciona:

Con cualquier cosa que use como cepillo, asegúrese de limpiar los dientes y muelas por delante y por detrás [...]. No es necesario usar pasta de dientes. La pasta de dientes que viene en envases protegidos con plomo por dentro es muy perjudicial para la salud, porque el plomo provoca un envenenamiento lento en nuestro cuerpo ya que se absorbe y no se elimina [...], puede usar polvo de carbón, polvo de tortilla quemada o solamente agua, será suficiente (2005, p. 28).

Preguntar a un odontólogo si el uso de cepillo y pasta son obligados para el cuidado de los dientes puede traer una respuesta ofensiva o sarcástica de parte del profesional de la odontología. Esto se debe, en parte, a las complejidades y avances tecnológicos que han moldeado al área de la salud. La odontología ha sido desde sus inicios una disciplina ecléctica y abierta, lo mismo ha tomado elementos de la microcirugía oftálmica que de la hipnosis o de la ingeniería de maquinado. Quizá la diferencia que marca esta disciplina con el resto del área de la salud es que prevalece un constante trabajo manual *in situ*. El odontólogo es un vestigio de los primeros cirujanos, capaces de realizar actos quirúrgicos puros, que fueron subalternos de la medicina como una unidad regente de las ciencias de la salud (Leal-Fonseca & Hernández-Molinar, 2016).

El trabajo manual constante de la odontología conlleva el uso forzoso de tecnología, herramientas y maquinaria hiperespecializadas, además de la dependencia de

la electricidad y de espacios físicos cada vez más normados; todo esto implica una inversión económica constante (López, 1999). En esta rama de la salud se tienen que comprender y anexar el sentido común de la sinergia tripartita de las tendencias, los tratamientos y los currículos universitarios, ya que, a partir de la consideración de estas, corporaciones transnacionales y entidades financieras deciden –directa o indirectamente– el futuro de muchos profesionistas. En este contexto, los bienes y servicios que se crean y venden para la salud bucodental se traducen en la tecnología “necesaria” para el desempeño de la profesión (como la pasta y el cepillo dental) que se traza en términos competitivos, es decir, por la economía global (Castell, 2000).

Si bien es cierto que la competitividad que genera el neoliberalismo permite mayor acceso a la tecnología y a los servicios de vanguardia, además de ofrecer beneficios directos para el paciente-cliente (Rivas y Becerra, 2004), esto transforma al libre ejercicio de la profesión odontológica en un arma de doble filo. La hiperespecialización del sector permite un mercado extenso, donde el consumo de la odontología no solo responde a las necesidades de salud bucodental, sino también a los deseos evocados por el significado y el valor cultural adjudicado a la sonrisa (de frescura, éxito, bienestar, poder y sensualidad); esto, si bien expande la oferta, también crea una barrera económica para los sectores económicamente desfavorecidos.

Esta simbiosis tecnológica-económica restringe el acceso a la atención de la salud bucodental, por lo cual la odontología es considerada tradicionalmente como una disciplina lujosa, a la que pocos pueden acceder de manera plena. Hablar de un consumo de la salud bucodental es complejo, pues aunque el acceso a las consultas y a los procedimientos médicos es limitado, la obediencia global del consumo de una imagen corporal determinada permite la existencia de un nicho enfocado en la cuestión estética del complejo bucofacial, en la que existe una línea delgada entre la atención de la salud y los procedimientos plásticos que responden solo al deseo y al consumo de ciertas imágenes.

En el juego de la venta de la salud consideramos objetualizada a la relación entre el cliente-paciente y el servicio, pero las oleadas del sistema económico global

y las reglas que se imponen para el consumo manipulan la realidad lejos de su objetivo salubrista, colectivo y accesible, hacia un espacio propicio para el deseo. Al respecto, Baudrillard habla del consumo médico, en donde es posible entender el proceso reificador del operativo sanitario:

La práctica médica se transforma en práctica del médico mismo y esta práctica suntuaria, ostentosa, del médico/objeto, del medicamento/objeto, se une a la residencia secundaria y al automóvil en la panoplia de la posición social. También en este aspecto, el medicamento y sobre todo el médico en las clases más acomodadas (Balint: “El medicamento más sistemático utilizado en medicina clínica es el médico mismo”) pasan de ser el medio de la salud considerada como bien final que eran, a convertirse ellos mismos en el término de la demanda final. Se los consume entonces siguiendo el mismo esquema de desvío de la función práctica, objetiva hacia una manipulación mental, hacia un cálculo de signos de tipo fetichista (2009, pp. 149-150).

Ante esto, la práctica clínica moderna de los profesionales de la salud se encuentra jerarquizada y la medicina presenta una lucha entre el estudio del hombre y su bienestar, desde la perspectiva tecnológica y científica, contra el origen de los valores humanos; esta tensión genera una crisis que retumba en los principios doctrinales y filosóficos en los que se fundamenta la terapia clínica moderna, la cual cuestiona la ontología de la medicina y su práctica. La incertidumbre sobre a qué exactamente se dedican los médicos merodea la praxis en la salud en todas las áreas, y crea un área gris para la potencial oferta-consumo de los servicios y tratamientos médicos.

La medicalización de la salud bucodental y la sonrisa

La era digital ha impactado de diferentes formas a la sociedad. En el ámbito de la medicina, la adopción de nuevas tecnologías y herramientas modificaron la relación del individuo con los productos y servicios de salud; por ejemplo, la telemedicina,

también llamada *e-health* (Fatehi & Wootton, 2012), permitió acortar la distancia entre el médico y el paciente. Asimismo, el acceso a la información que ofrece la red facilita la autoidentificación de signos y síntomas de determinados cuadros clínicos, lo que favorece el autodiagnóstico y el autocuidado e, inclusive, puede desempeñar un papel preponderante en el diagnóstico oportuno; cabe señalar que, a pesar de estos avances, la automedicación aún es rechazada, pues la prescripción del tratamiento es una tarea exclusiva de los profesionales de la salud.

Las herramientas, las tecnologías y los medios de comunicación, además de satisfacer las necesidades relacionadas con los aspectos de la salud (en cuanto a vanguardia en el diagnóstico, tratamiento, etcétera), también han sido utilizadas para crear nuevas necesidades. En esta categoría entra la medicalización, que puede definirse como el proceso por el cual algunos aspectos de la vida humana son considerados como problemas médicos, cuando anteriormente no se tenían como patológicos (Maturó, 2012). En este concepto se incluye un componente procesual que contempla en su mayoría a los medicamentos, que son “diseñados” a la medida para una determinada enfermedad, aunque se sostiene que pueden ser las enfermedades las que están diseñadas a la medida de ciertos medicamentos (Sy, 2018).

El *marketing* de la salud se coloca como “el *marketing* de la enfermedad”, ya que los pacientes se pueden ver como usuarios activos, debido a la conexión global de la información que conforma la sociedad red:

[algunos individuos] reclaman la atención de ciertos padecimientos [...] a partir de las múltiples fuentes de información [...], especialmente en la web: blogs de especialistas y no especialistas, páginas de salud y revistas de divulgación científica como de detractores del conocimiento científico o posturas críticas del mismo, es con todo eso que el “paciente” llega a la consulta médica, construyendo también él en su demanda la necesidad de tratar su malestar medicamento y de determinada manera (Sy, 2018, p. 1536).

Es cierto que, desde una perspectiva foucaultista, podemos identificar dos grandes agentes de poder y control del Estado: el primero definido a grandes rasgos

como la seguridad pública, y el segundo como la salud pública. En un contexto de crisis sanitaria, los medios de comunicación y la información pueden ser administrados por el gobierno para controlar a las masas, a un país entero y sus fronteras, con la intención de preservar la salud colectiva. De esta forma, las herramientas tecnológicas permiten que la educación y sus modelos sean transformados, que se creen nuevas normas sociales e, incluso, que la convivencia y prácticas sociales, desde la familia hasta de las instituciones religiosas, cambien.

Desde este entendido, existe un campo donde el poder lo ejercen los profesionales de la salud, encabezados por los médicos, quienes a través del asentamiento de una clase médico-política (o biopolítica) difunden su control con tres principales acciones: la inclusión del léxico biomédico para definir aspectos y entidades no médicas de la vida cotidiana; la usurpación de funciones, cuando la clase biomédica ejerce un dominio profesional acentúa su superioridad frente a otras disciplinas; y la interacción con el paciente, donde los profesionales de la salud redefinen un problema social en uno médico (Maturó, 2012).

La sociedad red ha propiciado un camino globalizador en la medicalización, la hipocondría digital es el fruto de la nueva cultura médica de difusión general y científica, la cual actualmente es de acceso global. La cultura de la instantaneidad que proporciona el uso del internet permite, cada vez más, que la población general utilice un vocabulario médico en los buscadores en la red al analizar su propia salud. Además, el uso de nuevos métodos diagnósticos ha abierto la discusión ética entre el descubrimiento de nuevas patologías y factores de riesgo frente a los tratamientos indicados y específicos que propone la industria farmacéutica para cada nueva enfermedad descubierta; a esto se le conoce como “traficar con enfermedades” (Maturó, 2012). Esta práctica, común en la actualidad, también tiene un sentido inverso cuando por casualidad se descubre un tratamiento a una enfermedad conocida, pero se resguarda para el momento en el que el mercado sea propicio para su lanzamiento, al argumentar principalmente situaciones de patentes o autoría.

Además de las nuevas representaciones sociales de la salud y la enfermedad, la medicalización ha propiciado el surgimiento de lo que se denomina *la nueva estética*, que trae aparejada la belleza idealizada que se “alcanza” mediante la cirugía

cosmética,³ la cual no existiría de no ser por los estándares del cuerpo moderno que considera la sociedad. Esto va de la mano con el interaccionismo simbólico, donde el cuerpo es una herramienta *emic* que también contribuye a las fases simbólicas de los mensajes y la información que se quiere transmitir a los demás (Turner, 2004).

Aquí se inserta el papel destacado que juegan las mujeres, en especial para efectos de este trabajo, por sus características y atributos bucodentales. Se espera que la boca femenina sea un ejemplo de higiene, recato y salud. Esta idealización, acrecentada por la presión que los estándares sociales de belleza señalan como deseables y correctos para las mujeres, conlleva una compensación comercial en la búsqueda de la atención bucodental en las féminas. Ante esto surgen productos y tratamientos estéticos que, aun cuando sean practicados por las ciencias de la salud, implican riesgos y consecuencias irreversibles a costa de un “beneficio” limitado en la salud. Esto abre una discusión ética sobre los popularmente llamados “costos de la belleza”.

Debido a que la mercadotecnia ha creado estereotipos sobre el cuerpo femenino, es comprensible que diversos productos y servicios se promocionen como exacerbantes de la belleza de la boca de las mujeres. Cremas dentales blanqueadoras, lápices labiales, bálsamos humectantes, tatuajes para el delineado permanente de los labios o la tinta para añadir un lunar artificial junto o cerca de la boca,⁴ son algunos de los productos promocionados con imágenes de mujeres para su propio consumo, cuya propuesta de valor pretende alcanzar o cumplir un ideal

³ Hágase notar que aquí nos referimos a la cirugía cuya teleología se encuentra en los estándares subjetivos y colectivos de belleza y que no encaja en la categoría de cirugía reconstructiva o plástica por indicación funcional o protésica.

⁴ Carlos Alejandro Vega Cuéllar (2015) menciona que “el lunar tomó un carácter de accesorio, de símbolo para la belleza y como mensajes para quienes lo veían. Se popularizó mucho entre las mujeres, sin embargo, algunos hombres también lo usaban en Francia” (p. 24). El lunar cerca del área bucal de la mujer ha sido reconocido como un elemento estético que favorece el atractivo físico. Ejemplo de ello, el lunar es una de las características principales del ícono pop y *sex symbol* Marilyn Monroe, mujer que poseía “una imagen cargada de significados, intenciones y deseo” (Vega Cuéllar, 2015, p. 26). Además, es común la referencia a este atributo como parte del atractivo o encanto de las mujeres, como en la canción *Cielito lindo* de Quirino Mendoza y Cortés (1882): “Ese lunar que tienes, cielito lindo, / junto a la boca. / No se lo des a nadie, cielito lindo, / que a mí me toca”.

estético. Además de objetos que lucran con la idea de “conseguir” la belleza bucodental, la oferta de procedimientos y tratamientos médicos de dientes y labios ha incrementado.

Foucault (1978) se pregunta, en la modernidad de su tiempo, acerca del rol del médico y cómo este abandona la figura moral para convertirse en empresario, de forma que el médico entra en la burguesía y visceversa. Esto conllevó a la aparición de una nueva autoridad, cuyo poder consiste en el monopolio de la salud, la cual es despojada de su dimensión procesual y llevada al estatismo de enfermedad o no enfermedad. Este traslado controla uno de los aspectos más profundos del ser humano: su propia persona; es decir, su cuerpo, que, por supuesto, significa un precio. Las tarifas por vivir incluyen el mantenimiento saludable del cuerpo y esto es costoso. Desde las visitas al gimnasio, invertir en comidas orgánicas y balanceadas, así como comprar los insumos de higiene, esto sin contar el acceso a tratamientos, medicamentos o suplementos especializados, la adecuada inversión en nuestra persona puede mantenernos en buenas condiciones, o incluso, convertirnos en humanos de primera clase.

Las redes sociales: la interacción-apariencia con y de la boca

La sonrisa es quizá la imagen icónica de las redes sociales basadas en el concepto *foto-blog*. De acuerdo con un reporte de febrero de 2019 realizado por la compañía canadiense Hootsuite en su plataforma electrónica de análisis monitorial de redes sociales, Facebook contempla alrededor de 2 271 millones de usuarios a nivel mundial (Kemp, 2019). En México, según la cifra devengada por el sitio virtual del diario *El Financiero*, se contemplan alrededor de 61 millones de usuarios (Maldonado, 2018), que en términos estadísticos excede por mucho el valor muestral necesario para la representatividad. Estas cifras elevadas han permitido la popularización y el impacto que tienen los aspectos bucodentales en el mundo de las redes sociales.

El uso generalizado de teléfonos celulares para la captura de imágenes como alternativa a las cámaras fotográficas ha modificado la forma en que apreciamos la sonrisa, lo que puede generar una percepción sensorial inexacta. Los filtros y aplicaciones ajustan al momento las imágenes a gusto del usuario y hacen que la edición de las fotografías funcione como una alternativa quirúrgica instantánea. Los cambios y retoques en las imágenes que en su momento solo eran alcanzables con el uso profesional de un *software* especializado, como Photoshop, ahora son posibles en tiempo real y sin capacitación previa alguna. Esto ha consentido los rostros editados que abundan en las redes sociales, y ha traído nuevas formas de percibir la sonrisa, pues los rasgos se modifican de acuerdo con los ideales estéticos y de belleza que ha impuesto la sociedad como deseables, y que en ocasiones persiguen modelos o estándares irreales.

El ideal de la boca, como el de muchos otros aspectos físicos, se ha promocionado mediante la imagen de celebridades. La libertad y variedad de la red permite una orgía audiovisual demasiado provocativa como para desaprovecharla; por ello, la imagen de actores, actrices, modelos, músicos y cualquier personaje famoso puede utilizarse para promocionar estándares dentales a todo individuo que se encuentre con estas muestras⁵ en su navegación por internet. Así, a las sonrisas modificadas de amigos y seguidores se le suma la promoción comercial de la sonrisa ideal de celebridad, donde lo bucodental ya no solo responde a un aspecto estético o de belleza, sino que además es referencia de felicidad, bienestar, éxito y estatus.

Esta disonancia entre las imágenes que se presentan en las redes sociales e internet con las que se miran en un espejo, ha propiciado una oleada de “Photoshop de la sonrisa” en la vida real. A esta tendencia obedecen productos de libre venta –pastas blanqueadoras, prótesis de sonrisa instantánea (*instant smile*), aditamentos removibles que sustituyen la ausencia dentaria, por mencionar algunos– y procedimientos quirúrgicos estéticos (el diseño de sonrisa y las carillas dentales,

⁵ Por ejemplo, en la red circulan fotos de celebridades a las que, mediante la edición digital fotográfica, se les han eliminado los dientes, con el fin de mostrar que estas estrellas de Hollywood no son nada sin dentadura.

por ejemplo) con los que se pretende alcanzar los arquetipos de la sonrisa bella, natural y espontánea que se luce en las fotos de perfil.

Al analizar el fenómeno de la sonrisa desde la estética moderna se logra comprender que, a pesar de su cercanía (acceder a estas fotografías desde la comodidad del teléfono celular), la imagen es lejana. Esta paradoja ocurre porque la belleza moderna es producida para verse a lo lejos, en una imagen pequeña a través de una pantalla, y está diseñada para atraer en lo posible a los individuos; es decir, tiene la intención de acercarlos a los ideales estéticos, pero no en el terreno físico (no en lo corporal de la cara), sino en el virtual (en el perfil de la red social, calculable en forma de seguidores o *likes*).

Las redes sociales constantemente aprovechan esta situación para crear tendencias. La configuración de estos espacios digitales y el uso de *cookies* permiten realizar predicciones de los mercados, los deseos y las necesidades de los clientes (los internautas), a partir de lo que consumen, buscan o revisan en la web. Debido a esto, no es extraño encontrar promoción y venta de servicios y productos dentales, tanto en el comercio formal como informal en las redes sociales.

En la publicidad de este mercado son usuales las imágenes de mujeres para promover objetos y tratamientos. Esto, aunado al valor agregado que se le da a lo bucodental (de belleza, éxito, plenitud y atractivo físico) y a la presión social por encajar y cumplir con los estereotipos de género, hacen a la población femenina uno de los principales segmentos de mercado que consumen y son adeptos a estas tendencias. Las mujeres, en su concepción multidimensional, son el grupo poblacional en el que ha aumentado el consumo de productos y servicios relacionados con la estética y la higiene. La crisis entre salud y belleza de la sonrisa dictamina la percepción y dirige el acercamiento y accionar sobre este aspecto; sin embargo, en muchas ocasiones, la falta de cultura higiénica y de entendimiento de lo orgánico y lo saludable (sin olvidar la actitud que se tome frente a la presión social) mira como necesaria la sobrecompensación de nuestra apariencia.

Esta situación remite al mundo del arte, ya que la modificación virtual, como un medio trascendental de la imagen, ha conseguido guiarnos hacia la apariencia o al dilema de la no-apariencia. Bajo una estética artística adorniana,

al elegir la belleza sobre la terapia clínica ética se demuestra la crueldad inherente al ser humano, al tratar de dominar la naturaleza representada en nuestro cuerpo a través de una modificación corporal, que lejos de ser vista como una aplicación violenta es aceptada por la moral social debido a la legitimación que la sociedad ha impregnado en la modificación. Esto ha impactado en el mercado de la sonrisa, la sociedad ha otorgado autoridad al personal de salud para realizar en nuestra boca cambios que implican riesgos (incluso mayores que los del tatuaje y las perforaciones), lo que permite la existencia de un mercado que oferta una larga lista de procedimientos que prometen materializar en nuestros rostros la sonrisa que vemos en las redes sociales.

Las sonrisas de la sociedad red

La sonrisa es una categoría analítica de la apariencia bucodental (la boca que mostramos) en la interacción intersubjetiva cotidiana. Bajo este entendido, para los propósitos del trabajo se optó por analizar el fenómeno de las sonrisas de tendencia, por ser elementos espirales descendentes-ascendentes que, desde nuestra perspectiva, nutren a la sociedad red y viceversa. Entender las tendencias es comprender la moda, concepto de mayor complejidad de lo que parece, pues lejos de su componente estadístico, la moda es una entidad mutidimensional.

Desde la visión de Simmel (1945), la moda puede concebirse como una herencia, o una imitación, para transitar por la vida de forma coherente, aunque de manera poco original, que a la vez otorga guía y sentido. Para efectos cotidianos, la moda ayuda en los problemas éticos, ya que es posible relegar nuestro *locus* interno de control a un agente externo, con lo que se evitan diversos dilemas provenientes del ejercicio de los actos volitivos y libres que elegimos diariamente. Incluso, la moda es un conformante social histórico, al contener a los individuos que conforman la sociedad y evitar su expulsión. Desde una perspectiva moderna, la moda da una *distinción*, es decir, tiene un nuevo valor que concentra las exclusividades. A través de la urbanidad y de los modales emulados de las clases sociales

superiores (los ricos, bellos y poderosos) se impone una axiología en la tradición de la riqueza que deja poco espacio para la sabiduría y la virtud. Los individuos de los altos estratos son los que fijan los parámetros virtuosos, incluso si estos son inmorales o errados (Smith, 1997), lo que también establece hábitos y costumbres.

Las nuevas sonrisas que trajo consigo la sociedad red son intentos de universalización de un gesto simbólico con significado pluricultural y, por tanto, multi-versal. El fallo de estos intentos de unificación permite clasificar las sonrisas que se cuelgan de la sociedad red a través de las diferentes tendencias que se han arraigado con el paso de los años en los diferentes segmentos de la sociedad y la cultura. El impacto de estas tendencias ha tenido variantes según la población, aspectos como el nivel socioeconómico, la raza y el género entran en juego en la reacción y el actuar de los individuos. En este sentido, en la adopción de las diferentes sonrisas se puede encontrar un reflejo natural del valor que ha adquirido la apariencia y la identidad del humano en la sociedad red.

Gap-teeth

Originada en la segunda mitad del siglo XX y revivida por la industria de la moda en la década pasada, la tendencia del *gap-teeth* se caracteriza por mostrar una brecha entre los dos dientes centrales superiores. Actualmente, esta imperfección evoca elementos de la vanguardia estética en la subcultura compuesta por la farándula, el modelaje y lo fashionista, donde la belleza no-perfecta ha ganado terreno en aras de una política de inclusión dentro de estos espacios, a los que se les adjudica un nivel de élite, al tener la autoridad y el conocimiento exclusivo en lo que puede incorporarse en la belleza global y las tendencias.

Dentro de la sociedad red, el *gap-teeth* llegó aparejado por la tercera oleada del *body positivity movement*, el cual marcó un hito en la forma en la que se vende y consume la belleza.⁶ Este movimiento, con su particular “rechazo” de los

⁶ Este impacto fue múltiple, ya que permitió el posicionamiento de nuevas tendencias y el “descubrimiento” de modelos con cuerpos o rasgos “incluyentes”, que se insertaron en la industria de la moda como portavoces para la visibilización, la aceptación y el orgullo de estas diferencias.

conceptos estéticos normados, se ha extendido con rapidez a través de campañas publicitarias en medios de comunicación masivos, además de revistas especializadas en moda; esto, en conjunto con las expresiones feministas reaccionarias que se manifiestan dentro de las redes sociales en contra de los cuerpos “perfectos” y las enfermedades generadas por esta visión estética, permitieron el posicionamiento, aceptación y aspiración del espacio entre los dientes. La repentina moda de tener dientes separados apunta al redescubrimiento de “lo natural”, e invita a olvidarse de los complejos al mostrar las sonrisas únicas e imperfectas (que lucen modelos como Lara Stone o Lindsey Wixson).

Desde una visión médica, el diastema de la línea media maxilar superior es un espacio entre los incisivos centrales superiores. Según la percepción técnica odontológica, estos espacios se cierran en la mayoría de los individuos al caducar la dentición temporal; sin embargo, algunos factores clínicos asociados con el desarrollo, la posición y la función de los dientes, músculos y estructuras óseas bucales, además de ciertas condiciones de raza y género, están asociados con la prevalencia de esta condición después de la etapa eruptiva. Si bien, desde el punto de vista de la ortodoncia, la aparición de esta condición puede tratarse clínicamente para reducir o eliminar el espacio entre los dientes, esta tendencia rechaza la modificación de esta característica e invita a su aceptación, lo que redefine los cánones estéticos bucales.

La moda del *gap-teeth* ha impuesto este tipo de sonrisa no perfecta como una tendencia estética, que han popularizado personajes como Brigitte Bardot o Madonna. No obstante, también ocasionó que la odontología estética ofrezca insertar diastemas artificiales mediante procedimientos de ortodoncia para separar los dientes y, además, que haya una demanda en incremento de estos tratamientos (que, cabe decir, conllevan altos costos monetarios y riesgos de salud para el paciente).

#KilyeJennerChallenge

El *hashtag* #KilyeJennerChallenge fue tendencia en redes sociales y noticia internacional en abril de 2015. El reto consiste, según detalla el *Washington Post*, en

el bombeo al vacío artificial de los labios para lucir como Kilye Jenner, celebridad de *show reality*. Para seguir la tendencia, el volumen de los labios se inducía a través de la succión bucal dentro de elementos cilíndricos de vidrio, principalmente recipientes para bebidas. Después de la viralización del reto en las redes sociales, diversos profesionales de la salud opinaron al respecto sobre lo alarmante de esta práctica (Moyer, 2015). Un dermatólogo en Estados Unidos realizó la siguiente publicación en Twitter: “I am not against body modification by any means. I am against young women –who aren’t fully developed (physically or mentally)– making uninformed decisions that could change their looks forever. If you’re looking to try this big-lip trend, I recommend doing so by overlining your mouth with lipliner (that’s what Kylie claims she does!)” (Moyer, 2015).⁷

Succionar al vacío los labios de manera incorrecta supone varios riesgos a la salud bucal y puede provocar severos daños a la piel. En el apogeo de esta tendencia, varios individuos sufrieron consecuencias en el intento de alcanzar la estética de los labios abultados que plagaba las redes sociales. Esta situación, junto con el alcance y la popularización del #KilyeJennerChallenge, creó la necesidad de diseñar y comercializar dispositivos específicos para cumplir, de manera más o menos segura y regulada, con el ideal de abultar artificialmente los labios mediante succión.

Uno de los productos para alargamiento de labios surgidos a raíz de esto fue CandyLipz, creado por la doctora Thienna Ho, que, de acuerdo con el fabricante (CandyLipz, 2020), es *eco-friendly*, no-tóxico, ultra-hipoalergénico y da a los labios un efecto de volumen que dura un aproximado de dos horas. Aunque surgieron varias marcas y diseños de estos dispositivos, CandyLipz ha ganado distintos premios de diseño, con lo cual se posiciona como uno de los mejores productos en esta tendencia.

⁷ Traducción del autor: “No estoy en contra de la modificación del cuerpo de ninguna manera. Estoy en contra de las mujeres jóvenes –que no están completamente desarrolladas (física o mentalmente)– que están tomando decisiones desinformadas que podrían cambiar su apariencia para siempre. Si buscas probar esta tendencia de labios grandes, te recomiendo que lo hagas delineando tu boca por fuera del contorno de los labios con un delineador (ies lo que dice Kylie que hace!).”

Tsuke-Yaeba

En 2013, el periódico digital *Japan Today* anunció la tendencia en Japón de la moda llamada *yaeba* o *snaggletooth*, y que después sería replicada a nivel mundial por quienes admiran la cultura estética de este país (Simonitch, 2013). *Yaeba*, una sonrisa con una doble fila de dientes, es una tendencia que cobró popularidad gracias a la cantante pop Tomomi Itano, cuya apariencia femenina infantil se adjudica al amontonamiento de los molares y premolares que terminan por proyectar los caninos hacia adelante. Si bien en la sonrisa *Tsuke-Yaeba* el acomodo de las piezas dentales representa un ideal infantil, la carga simbólica de esta apariencia tiene implicaciones de género importantes, pues se erotiza el ideal infantil en el regreso a la inocencia de niñez de la mujer adulta, y podría suponerse que la preferencia por esta sonrisa delata una predilección por la mujer manejable y sumisa.

De manera independiente a la simbología extendida, este estilo o distribución dental ha sido considerado atractivo por la cultura nipona. Opuesto a esta tendencia se encuentra la visión occidental, en especial la americana, cultura para la que los dientes imperfectos pueden ser aberrantes (Khalid y Quiñonez, 2015), pues la norma estética de la sonrisa consiste en la perfección, que se alcanza con tratamientos de ortodoncia. Al respecto, Khalid y Quiñonez (2015) apuntan que “North American society is deeply attached to the idea of ‘life, liberty and the pursuit of happiness.’ In its relentless pursuit of happiness, it is fixated on attaining the romanticized notion of perfection through conspicuous consumption to express self-image” (p. 784).⁸ La concepción medicalizada de la perfección de la “sonrisa americana” es acorde a la expansión de la práctica de la ortodoncia durante el siglo XX, la cual fijó los estándares de la sonrisa “normal” e “ideal” aparejada a la concepción interaccionista del valor de la apariencia física ligado a lo bueno (Khalid y Quiñonez, 2015).

⁸ Traducción del autor: “La sociedad norteamericana está profundamente vinculada a la idea de ‘vida, libertad y búsqueda de la felicidad’. Su implacable búsqueda de la felicidad se fija en alcanzar la noción romántica de perfección a través del consumo banal para expresar la autoimagen”.

Otras naciones, como Japón o Reino Unido, ven esta directriz como una tendencia anormal, material y vana, ya que en estas culturas valoran la sonrisa por su imperfección, al ser componente de su belleza natural. En este contexto, la paradoja de la práctica y comercialización de la estética *yaeba* surge con la tendencia de valorar lo natural sobre lo producido, lo que lleva al extremo de sobreproducir lo natural de forma artificial. Para muestra, la clínica dental Pure Cure, en Tokyo, formó el trío musical TYB48 para promocionar su servicio de dientes dobles y chuecos: “Japanese women of all ages flocking to dental clinics to have temporary or permanent artificial canines, called ‘*tsuke-yaeba*’, glued to their teeth”.⁹ Al respecto, el director de esta clínica dental, Taro Masuoka, señala: “It’s a sense of beauty unique to the Japanese, but ‘*yaeba*’ can be an attractive feature on women in their teens and twenties” (Simonitch, 2013).¹⁰

Bichectomía

Una de las tendencias en el mundo de la cirugía bucal consiste en la eliminación de la almohadilla grasa de Bichat, procedimiento simple que se puede llevar a cabo con anestesia local. Auxiliar en la corrección de problemas masticatorios crónicos y lesiones de la mucosa yugal (*morsicatio buccarum*), este procedimiento se realiza por motivos funcionales; sin embargo, con el tiempo ha cobrado notoriedad al ser buscado por razones estéticas, pues “permite” un rostro en apariencia más refinado, debido a que los ángulos de la mandíbula aparentan prominencia, con lo que destaca la región malar y disminuye el volumen del tercio más bajo de la cara (Faria *et al.*, 2018).

Es difícil encontrar estadísticas acerca de la realización de esta cirugía con fines estéticos, pero tras hacer un análisis simple de mercadeo digital, se concibe que entre la demanda y la promoción actual de este procedimiento, alrededor de

⁹ Traducción del autor: “Mujeres japonesas de todas las edades acuden a clínicas dentales para tener caninos artificiales temporales o permanentes, llamados ‘*tsuke-yaeba*’, pegados a sus dientes”.

¹⁰ Traducción del autor: “Es un sentido de belleza único para los japoneses, pero ‘*yaeba*’ puede ser una característica atractiva para las mujeres en su adolescencia y veintitantos años”.

90% de las veces presenta un motivo meramente estético. Aunque ambulatoria, es una intervención médica que puede llegar a tener diversas complicaciones, como lesiones en el conducto de Stensen (salival), lo que ocasiona una fístula salival (taponamiento); afectaciones en la rama bucal del nervio facial, que puede originar parálisis temporal o permanente; moretones y asimetría facial, entre otros. Asimismo, los resultados de esta cirugía pueden observarse entre cuatro y seis meses después de que el edema de los tejidos blandos ha sido reabsorbido (Faria *et al.*, 2018).

A pesar de que esta cirugía tiene varios riesgos es muy socorrida por personalidades públicas y celebridades, tanto en hombres como en mujeres (estas son mayoría), con el fin de adelgazar y estilizar el rostro. La lista de famosas que se han practicado este procedimiento incluye nombres como Victoria Beckham, Megan Fox, Jennifer Lawrence, Mila Kunis, Kim Kardashian y, en México, los casos más representativos son los de Eiza González y la cantante pop Belinda. La demanda de este procedimiento es tan alta que diversos sitios y blogs en internet han dedicado gran parte de su contenido a la cobertura de los resultados ocurridos en el rostro de las famosas, además de que se pueden encontrar dominios web (por ejemplo labicectomy.com) dedicados a incitar y discutir todos los aspectos del procedimiento.

Debido a que es un procedimiento relativamente simple, además de que representa un campo de acción prolífero para los cirujanos plásticos, la práctica y la difusión se han disparado con un rumbo incierto entre los profesionales de la odontología, incluidos cirujanos maxilofaciales y bucales. La explosión en la oferta y la demanda, aunada a la poca información estadística de las complicaciones y los resultados masivos que existen en este trance médico-comercial, han dejado lagunas en la regulación y profesionalización de esta práctica quirúrgica específica, lo que ocasiona espacios propicios para la charlatanería, la mala praxis y las iatrogenias médico-odontológicas.

Bling-bling

Bling-bling, *grills*, *plates*, *fronts*, *golds*, *shines* o *caps* son algunos de los anglicismos utilizados para describir lo que en términos sencillos se conoce como tapas removibles o fijas estéticas para los dientes frontales, que suelen estar forjadas en oro u otros metales, e incrustadas, en ocasiones con piedras preciosas, particularmente diamantes. Esta tendencia se identifica sobre todo en la población afroamericana, aunque su uso se ha extendido más allá de la raza.

La obra *African Americans in the US economy* (2005) menciona que una de las características más sobresalientes del consumo entre afroamericanos es la adquisición de artículos superfluos. Este fenómeno parece tener su origen en el movimiento *gansta rap*, que glorifica la adquisición de joyería (*ice*), autos lujosos y ropa de diseñador. En este sentido, se estima que entre 1996 y 2001 esta población gastó \$135.2 billones de dólares en mercancía y servicios relacionados con la vestimenta de tendencia, mientras que solo \$19.6 billones de dólares se invirtieron en educación en el mismo período; esto permite la reflexión en la compra colectiva de poder (Conrad *et al.*, 2005).

Bajo esta concepción, se intuye que la apariencia *bling-bling*, al portar *grills* (también llamadas *grillz*), tiene sus orígenes en la pobreza. Esto fue respaldado por el productor y promotor musical Frank Marina en una entrevista realizada en 2006 para la revista *Registered Dental Hygienist (RDH)*, donde recuerda una época en la cual solo la gente pobre tenía reparados sus dientes frontales con oro porque era más barato: “When I was young, a lot of my older relatives had gold teeth, and I always wanted them, too. When I got older, I wanted them more for the shock value” (RDH, 2006).¹¹

De acuerdo con el libro *Bling: The Hip-Hop Jewelry Book*, de Osse y Tolliver (2006), el *bling* es una declaración visual de libertad financiera y estilística. La subcultura del *bling-bling*, dimensionada en los *grills*, ha permeado en todos los niveles culturales y sectores económicos internacionalmente (Hollowell &

¹¹ Traducción del autor: “Cuando era joven, muchos de mis parientes mayores tenían dientes de oro y yo siempre los quise también. Cuando me volví adulto, yo los quería más por el valor de *shock*”.

Childers, 2007). En la actualidad, el consumo ha mercantilizado esta subcultura y la ha hecho del dominio popular, lo que la convierte en parte del imaginario de la cultura pop y, por tanto, utilizada también como una tendencia entre las celebridades ajenas a la comunidad afroamericana (como ha hecho Justin Bieber, Madonna o Miley Cyrus).

Además, la industria de la moda ha llevado diversas tendencias de este rubro a un nuevo estatus masivo,¹² pues los *grills* se han vuelto tan comunes que “one can buy a grill anywhere, from the local mall to the Internet. Some Internet-based companies even go so far as to send a purchaser a home kit that consists of a 2-part putty and impression trays. Once the consumer-produced impressions are completed, they are returned to the company, which is based in Las Vegas, and a custom-made grill is then returned via mail” (Hollowell & Childers, 2007, pp. 320-321).¹³

Debido a lo anterior, la adopción de este “estilo” de dentadura ha traído consigo diversas opiniones, algunas alrededor de lo que se consideraría de “buen gusto”, y otras desde la perspectiva odontológica, que encuentra en el uso de *grills* un nuevo factor de riesgo que puede llevar a la aparición temprana de enfermedades bucales, sobre todo caries y descalcificación del esmalte.

Discusión

Una crítica en el entramado de la sonrisa: un espacio complejo de salud y apariencia

Para la terapéutica biológica, la boca es la puerta de entrada al organismo. Las cualidades y atributos en esta porción del rostro (poseedora del gusto, encargada de

¹² Inclusive la industria confitera ha elaborado productos basados en el *bling-bling* y los *grills* que pueden encontrarse en lugares comunes como los supermercados.

¹³ Traducción del autor: “uno puede comprarlos en cualquier lugar, desde el centro comercial local hasta internet. Algunas compañías basadas en internet incluso llegan al extremo de enviar al comprador un kit para el hogar que consiste en una masilla (de impresión) a dos partes y bandejas de impresión. Una vez que las impresiones producidas por el consumidor son completadas, se devuelven a la empresa, con sede en Las Vegas, y luego se devuelve un *grill* a medida por correo”.

recibir el alimento, y medio de transmisión y contagio de enfermedades no solo relacionadas con lo bucal) hacen de lo bucodental una de las partes más importantes del cuerpo humano. Por ello, la salud bucodental debería suponer una prioridad para la salud pública, que si bien se tiene en teoría, la realidad es que los sistemas de administración de salud son incapaces de satisfacer la demanda en la atención dental, principalmente por el costo que representa.

Las enfermedades dentales tienen una mayor prevalencia en el ser humano. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), entre 60% y 90% de los escolares y casi 100% de los adultos de todo el mundo tienen caries dentales, mientras que entre 15% y 20% de los adultos de edad media (35-44 años) sufren patologías de los tejidos de soporte dentario (enfermedades periodontales) que desembocan en la pérdida dentaria parcial o total, y 30% de la población mundial entre los 65 y los 74 años no tiene dientes naturales (OMS, 2004).

Bajo esta lógica, y después de un análisis político, salubrista y económico en 20 países, Sanabria-Castellanos, Suárez-Robles y Estrada-Montoya (2015) rinden cuentas al identificar un sistema de administración de salud bucal obsoleto e insuficiente, que se inserta en un conglomerado hegemónico biomédico que conserva una batuta capitalista revestida por la asistencia social y la administración estatutaria de la salud como entes reguladores del “bienestar”. De acuerdo con la teoría, la salud bucal sí es una prioridad, y se demuestra en los compromisos del milenio de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) (Sanabria-Castellanos, Suárez-Robles y Estrada-Montoya, 2015), pero la realidad de este asunto es una profunda y especializada dicotomía, ya que los médicos y otros miembros del equipo de atención a la salud la miran como un “asunto aparte”.

Al revisar en los currículos de las facultades de medicina, los temas dentales no son vistos como una prioridad (Silk *et al.*, 2009), salvo algunos casos recientes, como el de la Universidad de Washington, donde existe una transición lenta hacia la salud holística con conciencia de la separación histórica de la medicina y la odontología (Mouradian *et al.*, 2005). En este sentido se identifica que a pesar de que hay especialidades médicas que comparten estructuras y procesos dentales con la odontología, como la gastroenterología o la otorrinolaringología, la salud

bucal aún es una tarea exclusiva del odontólogo. En este análisis, la huella de la división del trabajo capitalista es visible, ya que compromete al concepto de salud, incluso desde el punto de vista biologicista; situación que ha llevado por coherencia a la oms a revisar la salud como un proceso biopsicosocial y, desde 2005, a direccionar una Comisión sobre Determinantes Sociales de la Salud (oms, 2019).

Existen esfuerzos incipientes por visibilizar a la salud bucal como un elemento indispensable para el desarrollo social. Bajo esta temática encontramos la publicación del trabajo de Horton y Barker (2010), donde se ilustra la inequidad social a la que finalmente conlleva la (des)atención de la salud bucal (a través de las historias de vida de familias mexicoamericanas en las comunidades jornaleras en California). Este trabajo resulta relevante por su tono crítico y de denuncia ante un sistema de mercado de la salud bucal que se tambalea entre la derechohabencia, la ignorancia y el claro negocio dentro de un supuesto contexto de “desarrollo” y “bienestar social”.

A pesar de ello, hay resistencia y renuencia por diversos sistemas salubristas e instituciones, que defienden un modelo (uni)causalista y preponderan al biologicismo neoliberal, el cual avanzó de la atención de aparatos y sistemas a órganos (Sy, 2018), y recientemente a partes específicas de estos; es el caso de las altas especialidades y subespecialidades. La salud de la persona (y no solo del cuerpo) es un escenario complejo que necesita comprensión. Ante esto, una de las principales tareas pendientes es entender que no existe solo “un cuerpo”, incluso desde la mirada de la biología determinista existen al menos “dos cuerpos” que corresponden a dos géneros, con sus propias características y afecciones.

Si enfocamos esta idea desde una lógica gramsciana, los cuerpos de hombre y mujer convocan a la limitación de las propuestas y la acción, incluso terapéutica, en el campo de la salud (incluida la salud bucal). Como se ha expuesto a lo largo del trabajo, el cuerpo es un lienzo donde la sociedad se inscribe, pero también constituye un agente mediante el cual interactuamos de manera simbólica y, por ende, producimos y reproducimos cultura. La boca simboliza y estigmatiza por igual, otorga estatus, e incluso estrato, y avanza, intersubjetivamente, para otorgar identidad.

En otros contextos y momentos históricos, las modificaciones bucodentales estaban relacionadas con razones estéticas sociales y con aspectos de magia (en específico las modificaciones intencionales por mutilación de la corona dental), además de estar insertadas en la idea de diferenciación y funcionalidad¹⁴ que constituían y constituyen para algunos grupos sociales una forma de decoración corporal, semejante a los tatuajes y escarificaciones.

A diferencia de aquellas mutilaciones dentales, que distinguían e identificaban, las sonrisas de la sociedad red lo único que pueden hacer es simbolizar y representar, jugar una mascarada de apariencia de algo que se supone “universal” y “global”. Con la presencia axiológica en los territorios donde la economía global ha incidido, la biomedicina deja de lado la esencia tribal y el significado, y pasa a un ambiente brumoso, en el que las tendencias y la moda se presentan como una apariencia, una reproducción o un concepto. A la sociedad red le van bien las apariencias, los *looks*. A la boca se le puede observar, escuchar y hasta oler en una interacción cara a cara, pero bajo los esquemas de comunicación en la red la atención se ha centrado en la apariencia, ya que es lo único que queda.

La apariencia de la boca en la sociedad red es variable y juega con la estética digital. Ya no basta con representar los valores higiénicos bucales en las redes sociales, ahora se tiene que diseñar una imagen, pensar en una proyección del *mí* en un avatar, para que sea él o ella quien navegue por el mundo interconectado, representándonos. Así, la copia digital que se hace de la boca física resulta en la hiper-reproducción de esta en el entorno digital, lo que lleva a una estética burda, una apariencia y, quizá, una tendencia. El tiempo en pantalla nos consume a nosotros aunque pensemos que nosotros lo consumimos a él, lo que ha favorecido que en los ambientes virtuales las fotos sean las que trascienden, al representar una mayor virtud que la imagen de la vida real. Así, la imagen corporal está en un tránsito constante hacia una imagen virtual pública observada por potenciales oferentes y consumidores en busca de una sonrisa específica, que además de estética y deseable, vaya de la mano con el éxito y el estatus.

¹⁴ Por ejemplo, los *nawdi*, en Uganda, extraen los dos incisivos centrales inferiores para que el alma pueda entrar y salir del cuerpo durante el sueño (Gonzalo, Trancho y Robledo, 2001).

Esto nos retorna al mercado de la salud y al *marketing* digital. La odontología ha tenido empuje hacia el mundo estético, y la cultura del turismo médico-odontológico ha crecido. A su vez, las nuevas características tecnológicas y comunicativas de la sociedad red han abierto un camino a la industria salutógena, que ha aprovechado al máximo las nuevas plataformas y recursos que ofrece la vida digital para promocionar diferentes productos, tratamientos y procedimientos. En el contexto de la sociedad red, la combinación de ambos era inminente.

En la actualidad, la publicidad ofrece todo tipo de medicamentos con una fórmula muy similar a la que se ofrece un cosmético, una hamburguesa o cigarrillos; servicios de atención a la salud e internación como si se tratara de hotelería. La salud de las personas se mercantiliza. En paralelo, ocurre un creciente desarrollo científico-tecnológico que hace prescindir cada vez más del contacto directo del médico con sus pacientes. De ello se deriva la pérdida de autoridad del médico, situándose entre la publicidad y “la ciencia” en algunos casos y, el Google, en otros (Sy, 2018, p. 1538).

Bajo este enfoque, la publicidad dental hace uso de la imagen femenina desde los dos extremos: utiliza mujeres para la promoción de productos (publicidad *con* mujeres), que son dirigidos a ellas como su mercado meta (publicidad *para* mujeres). Esto se puede entender desde el supuesto donde se intenta vender lo agradable y lo hermoso, conceptos y atributos que tradicionalmente han recaído en la mujer, así como desde la idea de que las mujeres son quienes tienen un mayor consumo dentro de la familia (80%), lo que las vuelve un blanco para el *marketing* (Lipovetsky, 2004). La publicidad, entonces, es dirigida a la feminidad, y normaliza una apariencia física bella, que además se vende como saludable de acuerdo con la tendencia predilecta (como las que se revisaron en este trabajo), que se predica como capaz de garantizar la aceptación y el éxito social (Lipovetsky, 2004).

La comunidad global que propone Castell (2000) redirige a la economía global, que es la rectora real que concentra campos de poder, incluida la salud. Esta economía dirige y transforma la salud en un derecho ambiguo, centrado entre la prevención y la enfermedad, pero siempre calificado como una *necesidad*. En esta

concepción de “indispensable” se cuelgan varias de las tendencias bucodentales que juegan con la imagen de la sonrisa dentro la sociedad red y se esparcen por la web. La exposición masiva a información que permite internet no significa que se pueda encontrar el sentido de lo que se consume. El deseo, junto con la falta de experiencia y vivencia, desorienta el sentido y los motivos, convoca a la obsolescencia programada, a una efímera instantaneidad, a un ajeteo que termina por fundirse en lo banal y carece de apropiación moral y actuar ético, lo que es aprovechado por quienes incentivan el consumo.

Ahora se consume conceptualmente, se prefiere el diseño sobre la utilidad, lo que ha llevado a pensar en el diseño de la salud y a su oferta mediante tretas que unifican de manera errónea la apariencia y la estética como señal de la posesión de salud. Si un tipo de distribución dental o una forma de labios está asociada con personajes famosos, exitosos y atractivos, se asume como saludable y, por tanto, se crea la idea de que con esa sonrisa se obtendrán estos valores secundarios que la rodean.

Reflexiones finales

Las sonrisas de la sociedad red son la representación de los múltiples contextos a nivel global en los que conviven creencias, conocimientos y tradiciones que evolucionan desde la comunidad hacia lo digital, que son visibles y están vivas en la red y que, a veces, logran materializarse en la realidad. La red proporciona la sensación social de un gran cardumen, con una conciencia y movimiento unificado; dentro de esta lógica, se asume a la red como una herramienta de control social que pone fin a la privacidad, pero también como un terreno para la unión, la organización y la conciencia colectiva. En su faceta constructiva, el poder que da el acceso a la información y el intercambio de conocimiento han hecho que avances en el cuidado y la atención de la salud se perpetren y evolucionen con flexibilidad y especificidad, mediante una ingeniería pedagógica enfocada en promover y atender a la salud con el uso de las herramientas que ha permitido el avance tecnológico.

Al poner sobre la mesa el tema de salud, el devenir entre el consumo y la necesidad vive su punto álgido debido a la red, entre los *trendingtopics* y los *hashtags* que también aportan valores externos a tendencias que obedecen más a un ideal estético que al alcance o la contribución a la salud. Todos tienen espacio en la red, lo que permite expresiones de esperanza, inclusión y aceptación de las características corporales naturales (como los espacios entre los dientes o el amontonamiento de los molares); no obstante, también hay discursos que promueven la negatividad y la no-aceptación al glorificar y ofertar procedimientos o productos para “arreglar” o “modificar” los rasgos naturales para cumplir con un ideal o molde de belleza que ha concretado la sociedad.

Por supuesto, hay espacios en la red que son alternos a las corrientes consumistas de la salud, donde se expresan, potencian y desarrollan movimientos *sociosalubristas* que buscan visibilizar los fallos de los sistemas de administración de salud e intentan satisfacer las demandas reales en búsqueda de esperanza para quien vive con una enfermedad, aplicando coherentemente modelos comprensivos que generan grietas¹⁵ en los sistemas públicos y privados de salud capitalistas.

Con la red se facilita la diseminación y aceptación de estas corrientes en todos los niveles, desde los campos académicos y de investigación, e individuos que promueven y desarrollan acciones saludables (Sonnenberg, Erasmus & Schreuder, 2014) en conjunto con miembros del sistema salubrista establecido, hasta agrupaciones civiles y comunitarias que se reapropian de la salud, al reconocer y denunciar en su todo una carencia y una mala praxis, que con disimulo utiliza la violencia (presente en el uso irresponsable de la imagen de la mujer para tretas mercadológicas) con el fin de vender ideales a través de procedimientos e intervenciones médicas innecesarias.

¹⁵ Categoría tomada de Holloway (2005) para un concepto transformado en categoría de análisis: “las grietas son de muchos tamaños diferentes. Su esencia es la lucha por la dignidad, es decir la lucha por negar-y-crear, de negar el mando del capital y crear relaciones sociales alternativas, otras formas de hacer, la lucha por negar el poder sobre del capital y por desarrollar, social y conscientemente, nuestro poder-hacer. El mundo está lleno de estas dignidades, de grietas que se van extendiendo”.

Referencias

- Álvarez, H. (2019). ¿Mejillas perfectas? Conoce qué es la bichectomía, la cirugía de moda. *El Universal*. Recuperado de: <https://www.eluniversal.com.mx/de-ultima/mejillas-perfectas-conoce-que-es-la-bichectomia-la-cirurgia-de-moda>
- Aroca Beltrán, C. M. y López Eloy, G. (2017). ¿Cómo afectan los medios sociales a la confidencialidad de los pacientes? Revisión de los potenciales problemas y recomendaciones. *Acta bioethica*, 23(1), 189-197. <https://dx.doi.org/10.4067/S1726-569X2017000100189>
- Bartra, R. (2014). *Antropología del cerebro. La conciencia y los sistemas simbólicos: Conciencia, cultura y libre albedrío*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Baudrillard, J. (2009). *La sociedad de consumo: sus mitos, sus estructuras*. España: Siglo XXI.
- CandyLipz. (2020). *CandyLipz Official Store LLC*. Recuperado de: <https://www.candylipz.com>
- Castell, M. (2000). Globalización, sociedad y política en la era de la información. *Bitácora Urbano Territorial*, 1(4), 42-53.
- Conrad, C. A.; Whitehead, J.; Mason, P. L. & Stewart, J. (eds.). (2005). *African Americans in the US economy*. United States: Rowman & Littlefield Publishers.
- Díaz de Kuri, M. (2009). *Margarita Chorné y Salazar: la primera mujer titulada en América Latina*. México: DEMAC.
- Dickson, M. (2005). *Donde no hay dentista*. Estados Unidos de América: Hesperian-PRODUSSEP.
- Faria, C.; Dias, R.; Campos, A.; Daher, J.; Costa, R. y Barcelos, L. (2018). Bichectomy and its contribution to facial harmony. *Revista Brasileira de Cirurgia Plástica*, 33(4), 446-452.
- Fatehi, F. & Wootton, R. (2012). Telemedicine, telehealth or e-health? A bibliometric analysis of the trends in the use of these terms. *Journal of telemedicine and telecare*, 18(8), 460-464.
- Foucault, M. (1978). *El nacimiento de la clínica: una arqueología de la mirada médica*. México: Siglo XXI.

- Gonzalo, J.; Tranco, G. J. y Robledo, B. (2001). Modificaciones intencionales de la corona dental: la mutilación dentaria. *IV Congreso Nacional de Paleontología. ¿Dónde estamos? Pasado, presente y futuro de la Paleopatología*, 359-366. Recuperado de: https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/3271/23523_ZB-MODIFICACIONES.pdf?sequence=1
- Henry, K. (2013). Navigating Online Networks: Making Social Media Work for the Dental Team. *Dental Assistant*, 82(5), 6-8.
- Holloway J. (2005). *Grietas de la dominación capitalista: unas tesis sobre la Revolución* (tesis). Instituto de Investigaciones Sociales, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Recuperado de: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/mexico/xochimil/coloquio/Docs/Mesa9/John%20Holloway2.pdf>
- Hollowell, W. H. & Childers, N. K. (2007). A new threat to adolescent oral health: The grill. *Pediatric dentistry*, 29(4), 320-322.
- Horton, S. & Barker, J. C. (2010). Stigmatized biologies: Examining the cumulative effects of oral health disparities for Mexican American farmworker children. *Med. Anthropol. Q.*, 24(2), 199-219.
- Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT). (2018). En México 71.3 millones de usuarios de internet y 17.4 millones de hogares con conexión a este servicio: EN-DUTIH 2017. Instituto Federal de Telecomunicaciones. Recuperado de: <http://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/es/en-mexico-713-millones-de-usuarios-de-internet-y-174-millones-de-hogares-con-conexion-este-servicio>
- Interactive Advertising Bureau (IAB) México. (2018). Estudio de Consumo de Medios y Dispositivos. Corte Salud. Recuperado de: https://www.iabmexico.com/wp-content/uploads/2018/10/IABMx_CorteSalud_ECMYD2018_Prensa.pdf
- Kemp, S. (2019). *Digital 2019: Q4 global digital statshot*. Recuperado de: <https://datareportal.com/reports/digital-2019-q4-global-digital-statshot>
- Khalid, A. y Quiñonez, C. (2015). Straight, white teeth as a social prerogative. *Sociology of Health & Illness*, 37(5), 782-796.
- Kirsten, T.; van der Walt, H. & Viljoen, C. (2009). Health, well-being and wellness: An anthropological eco-systemic approach. *Health SA Gesondheid*, 14(1). <https://doi.org/10.4102/hsag.v14i1.407>

- Leal-Fonseca, A. P. & Hernández-Molinar, Y. (2016). Evolución de la odontología. *Oral*, 17(55), 1418-1426.
- Lipovetsky, G. (2004). *El lujo eterno: de la era de lo sagrado al tiempo de las marcas*. Barcelona: Anagrama.
- López Cámara, V. (1999). La profesión, las escuelas y los estudiantes de odontología en México. *Revista ADM*, LVI(3), 118-123.
- Maldonado, M. (2018). Facebook y sus 61 millones de usuarios en México. *El Financiero*. Recuperado de: <https://www.elfinanciero.com.mx/blogs/historias-de-negocios/facebook-y-sus-61-millones-de-usuarios-en-mexico.html>
- Maturo, A. (2012). Medicalization: current concept and future directions in a bionic society. *Mens Sana Monographs*, 10(1), 122-133. <https://doi.org/10.4103/0973-1229.91587>
- Mejías Fuentes, M. (2017). *El estereotipo de la mujer en la historia de la publicidad: un primer acercamiento* (tesis de grado). Universidad de Valladolid. Recuperado de: <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/24843>
- Mendoza y Cortés, Q. (1882). *Cielito Lindo* (canción).
- Mouradian, W. E.; Reeves, A.; Kim, S.; Evans, R.; Schaad, D.; Marshall, S. G. & Slayton, R. (2005). An oral health curriculum for medical students at the University of Washington. *Academic Medicine*, 80(5), 434-442. <https://doi.org/10.1097/00001888-200505000-00004>
- Moyer J. W. (2015). Kylie Jenner Lip Challenge: The dangers of ‘plumping that pout’. *The Washington Post*. Recuperado de: <https://www.washingtonpost.com/news/morning-mix/wp/2015/04/21/kylie-jenner-challenge-the-dangers-of-plumping-that-pout/>
- Novelo-Arana, V.; Hernández-Torres, F.; Gómez-Bernal, E.; Padilla-Gutiérrez, E.; Villaba-Espinosa, I.; Zarco-Rábago, J.; Contreras-Colín H.; Cárdenas-Cejudo A. y Valencia-Flores M. G. (2013). Panorama de la profesión de la odontología en México 1970-2012. *Revista Conamed*, 18(1), 4-13.
- Organización Mundial de la Salud (OMS). (2004). La OMS publica un nuevo informe sobre el problema mundial de las enfermedades bucodentales. Organización Mun-

- dial de la Salud. Recuperado de: <https://www.who.int/mediacentre/news/releases/2004/pr15/es/>
- Organización Mundial de la Salud (OMS). (2009). Las mujeres y la salud: los datos de hoy, la agenda de mañana. Organización Mundial de la Salud. Recuperado de: https://www.who.int/gender/women_health_report/es/
- Organización Mundial de la Salud (OMS). (2019). Determinantes sociales de la salud. Organización Mundial de la Salud. Recuperado de: https://www.who.int/social_determinants/es/
- Osse, R. & Tolliver, G. (2006). *Bling: The Hip-Hop Jewelry Book*. New York: Bloomsbury Publishing.
- Papalini, V. (2014). Culturas terapéuticas: de la uniformidad a la diversidad. *Methaodos. Revista de Ciencias Sociales*, 2(2). <https://doi.org/10.17502/m.rcs.v2i2.53>
- Registered Dental Hygienist Magazine (RDH). (2006). BLING! Rap music introduces a fad for mouth jewelry, and dental professionals hesitate to say the trend is golden. *Registered Dental Hygienist Magazine*. Recuperado de: <https://www.rdhmag.com/home/article/16409006/bling>
- Rivas Gutiérrez, J. y Becerra López, C. (2004). La Odontología en los procesos de globalización. *Revista de la Asociación Dental Mexicana*, 61(4), 150-154.
- Sanabria-Castellanos, C. M.; Suárez-Robles, M. A. y Estrada-Montoya, J. H. (2015). Relación entre determinantes socioeconómicos, cobertura en salud y caries dental en veinte países. *Revista Gerencia y Políticas de Salud*, 14(28), 161-189.
- Sifuentes Valenzuela, M. C. (2011). Del derecho a la protección de salud y la implicación ética del ejercicio profesional del cirujano dentista, en J. A. Morales González, G. Nava Chapa, J. Esquivel Soto y L. E. Díaz Pérez (coords.), *Principios de ética, bioética y conocimiento del hombre*. Hidalgo: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- Silk, H.; O'Grady Stille, S.; Baldor, R. & Joseph, E. (2009). Implementation of STFM's "Smiles for Life" oral health curriculum in a medical school interclerkship. *Fam Med*, 41(7), 487-491.
- Simmel, G. (1945). Filosofía de la coquetería: Filosofía de la moda. Lo masculino y lo femenino y otros ensayos. *Revista de Occidente*, s/n.

- Simonitch S. (2013). Why Japanese women go for fake crooked teeth. *JapanToday*. Recuperado de: <https://japantoday.com/category/features/lifestyle/why-japanese-women-go-for-fake-crooked-teeth>
- Sistema de Vigilancia Epidemiológica de Patologías Bucales (SIVEPAB). (2015). *Resultados del Sistema de Vigilancia Epidemiológica de Patologías Bucales SIVEPAB 2015*. México: Secretaría de Salud.
- Sistema de Vigilancia Epidemiológica de Patologías Bucales (SIVEPAB). (2017). *Resultados del Sistema de Vigilancia Epidemiológica de Patologías Bucales SIVEPAB 2017*. México: Secretaría de Salud.
- Smith, A. (1997). *La teoría de los sentimientos morales*. Madrid: Alianza Editorial.
- Sonnenberg, N. C.; Erasmus, A. C. & Schreuder, A. (2014). Consumers' preferences for eco-friendly appliances in an emerging market context. *International Journal of Consumer Studies*, 38(5), 559-569.
- Sy, A. (2018). La medicalización de la vida: hibridaciones ante la dicotomía Naturaleza/Cultura. *Ciência & Saúde Coletiva*, 23(5), 1531-1539. <https://doi.org/10.1590/1413-81232018235.10212016>
- Turner, B. (2004). *The New Medical Sociology*. London: Norton & Company.
- Vega Cuellar, C. A. (2015). *Makar: dispositivo de apariencia* (tesis de maestría). Pontificia Universidad Javeriana, Colombia.
- Zemelman, H. y Merino, H. Z. (1992). *Los horizontes de la razón: uso crítico de la teoría (vol. 2)*. España: Anthropos Editorial.

CAPÍTULO 2

CULTURA Y GÉNERO EN EL *COSPLAY* Y EL *CROSSPLAY*

Francisco Javier Cortázar Rodríguez

En los últimos años, las convenciones dedicadas a los cómics y a los productos relacionados con los videojuegos, los juegos de rol, el anime y manga, y los fanzines, se han vuelto más populares y han ganado presencia en los medios de comunicación a través de reportajes y notas. Estos eventos aglutinan una gran cantidad de manifestaciones relacionadas con la cultura del cómic, la cultura *otaku*, la cultura *geek* y *gamer*, así como con la cultura mediática; en general, con las manifestaciones de lo que ha sido denominado por algunos como *friki*.¹ La cultura friki (del inglés *freaks*) surgió entre las décadas de 1970 y 1980 en Estados Unidos para referirse a los jóvenes que no encajaban en la cultura *mainstream* de ese momento, y en su concepción acoge a las subculturas que hoy se reúnen en las convenciones.

Estos grupos (*otaku*, *gamers*, *geeks* y demás) son próximos entre sí, situación y convergencia a la que los productores mediáticos no ha permanecido ajena, y que han aprovechado para el desarrollo de sus mercados. Ejemplo de ello es que en años recientes se han creado divisiones audiovisuales en la industria del cómic

¹ La RAE define *friki* como: “extravagante, raro o excéntrico”, “persona pintoresca y extravagante”, “persona que practica desmesurada y obsesivamente una afición”.

en Estados Unidos para explotar en cintas de gran presupuesto a superhéroes de las casas Marvel y DC Comics, además de apostar por el *merchandising*, los videojuegos y las series animadas. Lo mismo ha ocurrido en Japón, que desde 1970 ha visto crecer de forma exponencial los ingresos en la industria de la animación (Menkes, 2012). Más allá de los recursos económicos que la industria mueve, parte vital de esta son los aficionados, los fans, cuya cultura tiene dos características particulares: son participativas y despliegan prácticas de apropiación.

La cultura fan ha tenido un gran impacto en la academia, en particular en los estudios sobre cultura y comunicación, donde se ha desarrollado toda una rama de especialización para conocer mejor sus características, su evolución, su diversidad, sus prácticas y sus vertientes: los *fans studies* (Jenkins, 2006 y 2010; Le Guern, 2002). Estos trabajos y análisis sobre los fans, los *fandoms* y sus actividades y creaciones, conforman un amplio campo de estudios, con una extensa producción académica desde los años setenta del siglo pasado. El presente trabajo se inscribe en esa tradición y se centra en dos prácticas realizadas por aficionados en las convenciones de cómics: el *cosplay* y el *crossplay*. Uno de los objetivos es observar las normas de construcción del género (*gender*) presentes en la caracterización de los personajes de ficción que se realiza en estas prácticas.

Un poco de contexto: la cultura friki

Entre los años 1970 y 1980, la cultura del cómic y de las revistas impresas a precios baratos comenzó a popularizarse y diversificarse; en México, se encontraban tanto cómics sobre personajes extranjeros (principalmente estadounidenses) como nacionales (Kalimán, Fantomas o Chanoc), exposición que facilitó y significó la familiaridad con estos productos culturales y sus narrativas, cuyo impacto en los imaginarios sería perdurable. En la década de 1980, en Japón comenzó a utilizarse el término *otaku* para designar a jóvenes marginados sociales (Barral, 1999), nombre que en Occidente se comenzaría a utilizar para designar a los aficionados al anime y el manga japonés (Gómez, 2012).

En esta misma década, con el desarrollo de la informática, el uso generalizado de internet (a partir de 1995) y la notoriedad que alcanzaron algunas ficciones audiovisuales globales, se conformó la cultura *geek*, grupo entusiasta por las tecnologías de la información y la comunicación, así como por los productos tecnológicos digitales. A la par, y dentro de esta nebulosa de culturas juveniles, se encuentran los denominados *gamers*, jugadores de videojuegos que en su afición dedican horas al consumo de diferentes productos dentro del mercado, lo que les ha valido ser señalados negativamente como poco sociables.

De forma paralela, en la cultura mediática se entremezclaron expresiones de estos grupos. Por ejemplo, entre 1970 y 1980, en la televisión mexicana ya se consumían productos japoneses doblados al español, con programas como *Señorita Cometa* (*Cosmic Baton Girl*, 1967), *Monstruos del espacio* (*Goldar* o *Space Giants*, 1966-1967), *Ultraman* (1966-1967), *Meteoro* (*Mach Go Go Go*, 1967-1968) o *Astroboy* (*Tetsuwan Atomu*, 1963-1968), que volvieron familiares temáticas y géneros japoneses. Asimismo, series estadounidenses sobre superhéroes como Batman, Superman y el Hombre Araña también eran populares y proliferaban en la televisión de aquellos tiempos. Así, el fanatismo mediático se caracteriza por la afición hacia productos de películas y series de televisión de diferentes géneros y procedencias.

Si bien no hay un acuerdo en cómo denominar a cada una de estas culturas debido a que sus fronteras son borrosas y sus prácticas son intercambiables, tampoco se les puede señalar como culturas juveniles, ya que también hay adultos que practican algunas de estas aficiones y gustos (Martínez, 2014); todas estas expresiones han recibido cobijo bajo el término friki. Los individuos pertenecientes a este grupo han sido estereotipados como sujetos sin habilidades sociales, lo que los ha llevado a imaginarios donde se refugiaban en cocheras y sótanos para jugar con sus computadoras y leer cómics; sin embargo, estas etiquetas son incorrectas, e incluso se puede señalar que algunos de estos frikis han llegado a ser fundadores y colaboradores de empresas de tecnología, videojuegos y computadoras que dominan el panorama social y tecnológico contemporáneo.

En las ficciones audiovisuales actuales estos grupos están mejor representados, lo que facilita su identificación con los públicos. Los frikis hasta hace poco

todavía eran estigmatizados como marginales, raros o antisociales, lo que les ha valido representaciones cómicas, estereotipadas y caricaturizadas como burla, llamándoles de forma peyorativa *nerds*. No obstante, este colectivo ha ganado mayor visibilidad y presencia a lo largo de los años; el cambio de tratamiento que han recibido estas subculturas ha sido tal que hoy es posible encontrar en obras de ficción personajes y protagonistas que pertenecen a alguna de estas; como ejemplo están las series de televisión *The big bang theory* (2007-2019), *Sherlock* (2010-2017) y *Halt and catch fire* (2014-2017), o la película *The theory of everything* (2014) (Palacios, 2015; Crisóstomo, 2014).

Howard Becker (2010) y Erving Goffman (2006) han estudiado cómo estos grupos, al salirse de las normas dictadas por la cultura hegemónica, son caracterizados por el resto de la sociedad como identidades desviantes; empero, al estudiarlas desde dentro, se puede acceder a su punto de vista y conocer cómo ellos construyen sus propias normas sociales distintivas. Uno de los referentes importantes a través de los cuales estos grupos sociales crean su identidad cultural proviene de los consumos culturales mediáticos (películas, series de televisión, cómics, videojuegos, etcétera); es decir, muchos de sus referentes tienen su origen en la cultura mediática y la globalización de los consumos mediáticos, lo que ayuda a comprender la expansión de estas culturas frikis.

El desarrollo del *cosplay* y el *crossplay*

La actividad del *cosplay* consiste en disfrazarse como un personaje de ficción, por lo general de anime, de algún videojuego, cómic, película o serie, con la finalidad de recrearlo de la manera más fiel posible a través de su vestimenta, sus poses y frases emblemáticas. Con esta caracterización, los *cosplayers* (los practicantes de *cosplay*) siguen el objetivo de no solo lograr una imagen visual fiel al personaje, sino de armar una representación elaborada, un *performance* para escenificar ante otras personas, en especial durante las convenciones. Como una subcultura específica, cuenta con sus propias reglas, lugares de exhibición

y códigos de reconocimiento, y está fuertemente relacionada con las expresiones e intereses de las subculturas frikis.

El *cosplay* nació en las grandes reuniones periódicas en las que las culturas de fans se encuentran: las convenciones de cómics. Una de sus primeras muestras se dio en Nueva York, en 1939, durante la celebración de la primera Convención Mundial de Ciencia Ficción (WorldCon), donde un par de aficionados asistieron disfrazados de los personajes de la película *Things to come* (1936), basada en un relato de H. G. Wells (Loteki, 2012); posteriormente, en la WorldCon de 1950 se realizó el primer concurso de *cosplay* (Quiroz, 2015). Asimismo, en la década de 1970 en Estados Unidos se dejó sentir el impacto de la cultura japonesa, cuando aparecieron los primeros *cosplays* inspirados en el anime, gracias a la difusión de series y animaciones provenientes de Japón que llegaban a la televisión estadounidense.

En 1985 se acuñó el término *cosplay* por el periodista japonés Takahashi Nobuyuki, enviado a la WorldCon de Los Ángeles para hacer un reportaje. Nobuyuki, impresionado por los disfraces que los asistentes usaban durante la convención, escribió un artículo en el que alentaba a sus lectores a disfrazarse de personajes de anime y manga durante las convenciones en Japón (Winge, 2006). A partir de ahí, el término se popularizó y quedó asociado a la práctica de disfrazarse como un personaje de manga, anime, película de aventuras, ciencia ficción, superhéroes, o cualquier otra obra de ficción.

Como ya se ha señalado, el objetivo del *cosplay* no es solo disfrazarse sino reproducir su vestimenta lo más fiel posible, y recrear de manera minuciosa la forma de actuar y presentarse del personaje. Hay una diferencia importante entre usar un disfraz y hacer *cosplay*. En el primer caso la gente suele comprar o alquilar el traje (por ejemplo, para Halloween o para el carnaval); en el segundo, los *cosplayers* fabrican sus propios atuendos. En el *cosplay* el resultado es tan importante como el proceso de elaboración, donde se buscan los materiales que mejor se adecúen a sus finalidades y necesidades, además de desplegar la imaginación y el ingenio para adaptar estos elementos y darles la apariencia, la textura, las dimensiones y los colores necesarios para lograr la mejor representación posible. A este esfuerzo

se le suma la inversión de tiempo y dinero que representa la creación del traje y los accesorios, que suele desembocar en un resultado efímero, pues se llevan a cabo para destacar en las convenciones de cómics, las cuales duran apenas unos cuantos días.

El *cosplay* es muy visible en estas convenciones, donde suelen realizarse concursos en los que se exhiben en pasarelas las creaciones para ser apreciadas por los asistentes y valoradas por los jueces, quienes premian las caracterizaciones que, a su juicio, muestran mayor calidad (Castelán, 2012). En resumen, el *cosplay* es una práctica de aficionados (del *fandom*), normada por sus propias reglas, donde se juega con la representación de personajes de ficción provenientes del anime, el manga, los cómics, los videojuegos, las series de televisión y las películas pertenecientes a todo género (*genre*, entendido como los estilos narrativos, los géneros cinematográficos o literarios), de la ciencia ficción al *fantasy*, y de la acción a las aventuras (en fechas recientes se han agregado nuevas estéticas, como el *steampunk* y el *dieselpunk*), lo que ofrece un amplio abanico de posibilidades para elegir.

Es importante recalcar que en sus primeros años el *cosplay* era una actividad vista como marginal y realizada por poca gente, en buena parte debido a que no había tanta oferta de productos audiovisuales como a la que se tiene acceso en la actualidad. Años atrás, la televisión ofrecía pocos canales y transmitía en horarios limitados, lo que restringía la difusión de programas, series y, por tanto, de personajes que se pudiesen interpretar. Entre los primeros programas de televisión que consolidaron una amplia audiencia se encuentra *Star Trek* (1966-1969), y entre las películas destaca *Star Wars* (1977), franquicias que ganaron fanáticos que consumían y admiraban las historias y a los protagonistas.

La proliferación de canales de televisión de cable, internet y el servicio de *streaming* que trajo la modernización de la tecnología y la red diversificó y amplió la oferta. Servicios *On Demand*, como Netflix, y sitios de internet donde es posible encontrar enlaces a series, películas y videojuegos, ayudan a comprender el creciente interés de las nuevas generaciones por estos productos. De forma similar, las redes sociales han jugado un papel importante en la popularización del *cosplay*, ya que paralelamente ofrecen acceso a numerosos recursos que ayudan

a la caracterización de los personajes. Es decir, en el *cosplay* se eligen personajes conocidos de la cultura popular mediática; no de la alta cultura, sino de la cultura popular moderna consumida a través de los medios de comunicación electrónicos (Maigret, 2002).

La evolución de la práctica del *cosplay* ha dado origen al subgénero *crossplay*, que consiste en el cruce de un género a otro, de hombre a mujer o de mujer a hombre. El término *cosplay* es la contracción de las palabras en inglés *costume* (traje, disfraz, indumentaria) y *play* (jugar), mientras que *crossplay* es una combinación de *cross-dressing* (travestismo) y *play* (jugar). Aunque similar a las prácticas de travestismo o al *drag*, el *crossplay* tiene objetivos y lógicas distintas (Leng, 2013). En la práctica del *cosplay*, y en especial en la del *crossplay*, se cuestionan de manera explícita las convenciones aceptadas en torno al sexo y al género.

Un rasgo que ha llamado la atención de las culturas frikis es que en sus productos es común la hipersexualización, fundamentalmente en lo visual. Esto se puede observar en el manga y el anime, en los videojuegos y en los cómics, sobre todo con los superhéroes. En varios de estos, las mujeres son representadas como jóvenes, dinámicas y hermosas, con proporciones generosas (senos abundantes, cintura estrecha, cadera amplia y piernas largas), que aunque diestras, con frecuencia están subordinadas al hombre. Por su parte, los hombres suelen ser caracterizados como fuertes, atrevidos y musculosos. En estos productos culturales la representación gráfica del cuerpo masculino es un signo distintivo del héroe viril, aguerrido y protector, mientras que el cuerpo de la mujer es erotizado en sus formas y atributos, al ponerles cabello largo y vestirlas con ropa ajustada (con frecuencia lo que se ha denominado como “bikini armadura”) y zapatos de tacón de aguja, aun cuando tienen que luchar y realizar saltos (Pitarch, 2008; Tosca, 2008; Martínez-Collado, 1999).

A la par de esto, dentro del universo ficcional, la construcción social de los géneros se encuentra problematizada, sobre todo en el manga y el anime, donde es frecuente hallar seres cuyo género es problemático, indefinido o ausente. Esto es una característica representativa de varios personajes, desde *Ranma 1/2*, que cambia de hombre a mujer y viceversa, hasta seres zoomórficos, robots gigantes

(*mecha*) y *kaijus* (monstruos gigantes) (Gomarasca, 2002). Este rasgo ha llamado la atención de varios investigadores; por ejemplo, Rosario Barba (2017) revisó para su estudio sobre los *otakus* mexicanos 89 textos académicos provenientes de bases de datos internacionales, publicados entre 2000 y 2014. Al analizarlos por temática (antropología, arte, identidad, historia, economía, consumo, etcétera), encontró que 30 de ellos se centraban en el problema del género (*gender*), por mucho el tema más estudiado, delante de aspectos como el consumo (con doce artículos) o la economía (con diez trabajos).

Como práctica cultural, el *cosplay* también participa de esta erotización del cuerpo, pues sus adeptos, los *cosplayers*, suelen representar a los personajes mediáticos de la manera más fiel posible, lo que incluye imitar los atributos físicos hipersexualizados. Al mismo tiempo, en la construcción de estas caracterizaciones, las convenciones aceptadas en torno al sexo y al género también se ponen en tela de juicio al representar personajes sin sexo definido, como animales, robots y monstruos.

Género y cuerpo en el *cosplay* y el *crossplay*

El *cosplay* y el *crossplay* presentan convergencias tanto en las normas de construcción de forma (la apariencia de género, el actuar y la vestimenta que se espera de cada uno de ellos) como de las prácticas de apropiación y de la cultura participativa de los fans. Esto parte de la constatación de que nuestra sociedad está fuertemente heteronormada, y que se atribuyen características claras y distintas a mujeres y hombres, lo que conforma los estereotipos de género. Se espera que las mujeres tengan voz suave, piel tersa, ademanes delicados y vestimenta que resalte sus atributos físicos; mientras que de los hombres se supone la voz gruesa, una menor preocupación por su apariencia exterior y un comportamiento viril (Viladot y Steffens, 2016). Con esto se aprecia que el género es una construcción social normada por reglas y expectativas sociales, que sirve de base para el mantenimiento de estereotipos sexuales que sustentan la sociedad heteronormativa.

En la vida cotidiana, una gran cantidad de bienes de consumo también está generizado (se les atribuye a un género), de forma que es frecuente encontrar productos para hombres y para mujeres que suelen tener pequeñas variaciones (los colores rosa y azul, por ejemplo), pero que son presentados como sustancialmente distintos.

Estos productos no solo están “pensados” para mujeres y hombres, sino que son promocionados mediante un discurso publicitario que se construye alrededor del género, al atribuirle características sexuadas, de comportamiento y de actitudes a esos productos y, a través de ello, a sus consumidores (Coville, 2017). Uno de los múltiples mecanismos por los que niños y niñas son socializados como hombres y mujeres está en los juguetes y los juegos, de ahí que existan juguetes y juegos para niñas, y otros distintos para niños, mediante los cuales ambos géneros aprenden algunas de las normas, reglas, gustos y formas de comportamiento “propias” de su género y sexo.

El género, sin embargo, también es performativo, lo que permite ver que es una construcción sociocultural moldeable y modulable (Butler, 1990). El cuerpo y el género son construidos social y culturalmente, lo que cuestiona los planteamientos esencialistas sobre la identidad. Cuando nace un bebé y decimos “es una niña”, no se constata un hecho natural, sino que se asigna un rol cultural; desde ese momento ese ser es considerado “una niña”. En el género se entremezclan comportamientos, acciones y expectativas, a lo que se le suman los ejercicios corporales (de performatividad) de varias personas, que tienen una gran potencialidad para la transformación de las relaciones sociales. En este sentido, se considera que la dimensión construida del género es evidente en la subversión paródica de este, ya que al exagerar su representación se evidencian sus estructuras discursivas.

El *crossplay*, al combinar el *cosplay* y el *cross-dressing*, se vuelve una práctica cuyo objetivo es exhibirse en público y ser admirado por este: un buen *crossplay* es altamente apreciado por los fans. Todo parece apuntar a que el *crossplay* fue, al inicio, practicado por las mujeres, quienes caracterizaban personajes masculinos con apariencia femenina (en cuanto a rasgos faciales o proporciones corporales) y, con el tiempo, ganó terreno entre la comunidad *cosplayer*, hasta

ser también practicado por los hombres; esto dio paso a sus diferentes categorías (Loteki, 2012). El *crossplay* puede ser de mujer a hombre (*female to male*, F2M) o de hombre a mujer (*male to female*, M2F); una forma de practicarlo es el llamado *crossplay* puro, donde se maximiza la semejanza con el personaje representado, lo que exige modificar los signos físicos de género del *crossplayer* para acomodarse a las características corporales del personaje seleccionado.

En otras categorías hay mayores licencias en la interpretación de la apariencia, como en el *gender bender*, donde se cambia de género al personaje que se interpreta. Este *crossplay* permite al *crossplayer* modificar a su gusto tanto los rasgos físicos como la vestimenta del personaje para crear su propia representación en el género opuesto. Es decir, un personaje de ficción masculino es feminizado para ser representado por una mujer, o bien, un personaje de ficción femenino es masculinizado para ser representado por un hombre.

Una cuarta categoría es la *genderplay*, *genderfuck* o paródica, que no oculta ni modifica los rasgos de género del *crossplayer* que realiza la caracterización. Este último tipo de *crossplay* invita ante todo a la risa, al impregnar de un tono burlesco los roles de género tradicionales, por lo que suele hacerse como mera diversión; es más practicada por hombres que por mujeres, y al utilizar recursos muy visuales es el *crossplay* que más llama la atención a los extraños al *cosplay*. A diferencia del resto, el *genderfuck* no tiene cabida en los concursos (Carpenzano y Del Vigo, 2013; Leng, 2013; Loteki, 2012).

Como ya se mencionó, en años recientes la popularización de la práctica del *cosplay* en las convenciones de cómics ha sido incitada por las facilidades que ofrece internet y las redes sociales (como Facebook, Pinterest, Tumblr y Flickr), donde es posible encontrar tutoriales y recomendaciones que los propios *cosplayers* comparten en foros especializados, páginas web, fanzines y otros recursos digitales (Carpenzano y Del Vigo, 2013).

Algunos *cosplayers* comparten en la red sus conocimientos, habilidades y prácticas, como sus experiencias, trabajos en proceso, el antes y el después de la caracterización, consejos sobre cómo cortar telas, reciclar materiales y adaptar objetos, sugerencias sobre pinturas, hechuras y maquillaje para lograr determinadas

texturas y obtener las apariencias deseadas, esto con el fin de que el observador sea quien califique la calidad del cambio logrado o de la obra en proceso; por estas razones, los practicantes del *cosplay* son apreciados por otros aficionados. La socialización de conocimientos, con frecuencia redifundidos y apropiados por individuos de distintas latitudes y culturas, contribuye a revalorizar la práctica y a sus fans, además de brindar validez y reconocimiento al grupo social (Gómez, 2012).

En este punto es conveniente reflexionar sobre el concepto de capital simbólico de Bourdieu (1990), pues permite comprender mejor las prácticas de los *cosplayers*. Como capital simbólico, las habilidades y conocimientos de los *cosplayers* quedan objetivados en el *cosplay*, y el concurso de exhibición es donde los practicantes se disputan el reconocimiento de sus pares, quienes juzgarán con ojo crítico la calidad de los acabados, las posturas, los accesorios y demás elementos de la caracterización. Es decir, no es solamente una transformación individual, se está ante un fenómeno colectivo al mostrar las sucesivas etapas del proceso y recibir retroalimentaciones.

Algunos *cosplayers* son famosos dentro de los círculos de las convenciones de cómics, y suelen ser invitados especiales en los eventos, tanto para exhibir sus atuendos como para impartir talleres o ser jueces en los concursos (Leng, 2013; Quiroz, 2015). Estos conocimientos compartidos, socializados y puestos en escena para los demás, ilustran la creación al interior de la comunidad *cosplayer* de las normas y reglas sobre su propia actividad (Becker, 2008), mediante redes de reciprocidad y consenso, recursos sin los cuales se dificultaría a los fans cumplir con su objetivo.

Si en el *cosplay* la caracterización de determinados personajes requiere de inversión, de tiempo y dinero, en el *crossplay* esto incrementa. Tal vez lo más destacado en estos casos sea la imaginación y las habilidades que los *crossplayers* deben desarrollar para lograr la adaptación del personaje de un género hacia el otro. En el M2F (de hombre a mujer) hay que ocultar el vello facial con maquillajes y afeites, depilarse las piernas, encubrir la manzana de Adán con cuellos altos, listones o encajes, usar pelucas, disimular los hombros anchos mediante ciertas poses de los brazos y la espalda, usar varias capas de medias y suavizar la voz para lograr una apariencia más femenina.

De esta forma, las posturas corporales son ensayadas para acentuar la feminidad (el movimiento de las caderas, cruzar las piernas o el entrenamiento de la mirada), y en la exhibición ante los fans dar la impresión de ser una verdadera mujer (Leng, 2013). Todo esto es un *performance* para el que deben aprenderse técnicas corporales (Mauss, 1979) que ayudarán a darle una mejor caracterización al personaje representado, como lo hacen los actores cuando construyen sus personajes.

Prácticas de apropiación

El *cosplay* ofrece una oportunidad para experimentar con la caracterización de una figura de ficción mediática reconocida. El *crossplay*, además, brinda la posibilidad de experimentar la transformación de género y sexo al representar un personaje. No se trata de un cambio permanente, sino de uno localizado en una situación específica (en las convenciones), donde las reglas del espacio toleran, permiten e incentivan la exhibición pública de esta práctica (García y García, 2013). Podría considerarse a las convenciones de cómics como un espacio liminal (Turner, 1988), donde la comunidad suspende temporalmente las jerarquías y estratificaciones de la vida social cotidiana, además de que fomenta una “comunidad espiritual” simbólica que facilita el paso de una condición social a otra; en este caso, de un género a otro. En la convención, al ser espacios temporales de apertura y ambigüedad, de umbral y de transición, las distinciones triviales quedan suspendidas para crear una *communitas*.

Una parte de las prácticas de apropiación dentro del *cosplay* se relaciona con la cultura del “hazlo tú mismo” (*do-it-yourself*, *diy*), pues la hechura de los trajes requiere no solo adecuar los materiales con los que se cuenta, sino también adaptar el traje al cuerpo, donde cada parte del disfraz está hecho a la medida del usuario. En el caso del *crossplay*, se requiere trabajo adicional para modificar y ajustar las características de género del personaje original a las del *crossplayer*.

Algunas de estas técnicas vienen directamente de las prácticas *drag*, como el maquillaje, la confección de trajes, el uso de pelucas y pestañas postizas; sin

embargo, el *drag* y el *crossplay* tienen fines distintos: el primero está relacionado con el deseo de representar a una mujer por parte de un hombre (*drag queen*) o a un hombre por parte de una mujer (*drag king*), y en el segundo el *crossplayer* busca homenajear a un personaje de ficción mediante su caracterización (Leng, 2013). De ahí que el *crossplay* pueda ser visto como un travestimiento en un espacio liminal, pues mientras que en sociedad el travestismo es visto como una desviación de la cultura heteronormativa, en las convenciones de cómic esto no ocurre, ya que sus lógicas culturales operan de forma distinta. En el espacio de la convención, el género es reconstruido a partir del vestuario, la representación del personaje y la puesta en escena para ser apreciado por los miembros de la comunidad.

Por su parte, el *crossplay* F2M (de mujer a hombre) ha recibido una lectura feminista, ya que puede ser entendida como una práctica de apropiación por parte de las mujeres, así como una crítica hacia la hipersexualización de las culturas que abarcan lo friki y, en general, de las industrias culturales. En esos universos ficticios, las mujeres han sido tradicionalmente confinadas a papeles secundarios, con frecuencia como premio para el héroe masculino (Gackstetter, 2019; Pitarch, 2008); mientras que los superhéroes y héroes masculinos abundan y son muy conocidos, las heroínas femeninas son escasas. Así, cuando un cuerpo femenino interpreta a un héroe viril se apropia y da visibilidad a las mujeres dentro de los universos ficcionales, lo que crea nuevas versiones de los personajes.

Género, transgresión e identidad

Los *cosplayers* y *crossplayers* son conscientes de las normas que transgreden, pero también saben las reglas y códigos, así como los lugares donde pueden ejercerlas de manera libre. Los individuos relacionados con la práctica aprecian y valoran los gustos de esta subcultura, pues entienden que se trata ante todo de un homenaje a un personaje, de ficción y que es una actividad que lleva por objetivo divertirse tanto como sea posible (Leng, 2013). No obstante, para el público neófito, el *crossplay* llega a ser visto como raro, extremo y, a veces, enfermo; esta

mala fama se atribuye a la práctica del *genderfuck*, el *crossplay* paródico (Leng, 2013, p. 101).

La reconstrucción o reinterpretación de las normas de género que involucra el *crossplay* abre una serie de discusiones interesantes en los relatos que los *crossplayers* elaboran para neutralizar los discursos heteronormativos y evitar la estigmatización de los practicantes; por ejemplo, el *crossplay* rompe con los códigos vestimentarios que crean e identifican a los géneros heteronormados. En esta práctica, un personaje femenino no es representado necesariamente por un hombre gay, ni un personaje masculino es representado por una mujer lesbiana. Como espacio liminal, la convención de cómics y el concurso de *crossplay* permiten e incentivan la transgresión de género. Esto remite a las reflexiones clásicas de Mijaíl Bajtín sobre la importancia del carnaval y las fiestas populares durante la Edad Media, donde los excesos y las transgresiones festivas eran toleradas, permitidas y alentadas (Bajtín, 1987).

A la par, el *crossplay* también es una forma de autoafirmación de la identidad de sí mismo, que no pasa por el cuestionamiento de la sexualidad, pero que pone por delante la habilidad para realizar una caracterización de un género ajeno al propio; entre más complicado el desafío, mayor es la recompensa simbólica que se obtiene al lograr un *performance* exitoso. En este sentido, el *crossplay* permite reflexionar sobre el concepto de la performatividad, tanto del cuerpo como del género (Butler, 1990), ya que el género es reinterpretado con fines lúdicos y no con objetivos de subversión política. La práctica del *crossplay* no cuestiona las normas de género hegemónicas, sino que las pone entre paréntesis; es decir, las suspende de forma momentánea. Ni siquiera se cuestiona de manera explícita la hipersexualización que caracteriza a las culturas friki, pues se limita a manipular las normas de género dentro de un espacio y un tiempo delimitados, sin que esto tenga mayor trascendencia fuera de ese lugar y momento.

El *crossplay* es un acto performativo donde se juega con las reglas que construyen los géneros, se cruzan las fronteras mediante la transgresión y se sirve del bricolaje, donde la gente hace lo que puede con los materiales que tiene a su disposición (Levi-Strauss, 1988), y donde las reglas compartidas y la cooperación de

los demás participantes permiten acceder a recursos y conocimientos que, de otra forma, su obtención habría sido mucho más costosa en tiempo, dinero y esfuerzo (Becker, 2008). Aunque es una actividad efímera y confinada a espacios y momentos precisos, con el fin de divertirse y crear consenso entre la propia comunidad, despojado de fines políticos, la práctica del *cosplay* y el *crossplay* no deja de tener una importante dimensión sociocultural respecto a las normas que rigen la construcción, recreación y apropiación del género. Aquí, el género es puesto en escena, lo que permite apreciar la dimensión performativa que obtiene dentro de las subculturas del cómic, los *otakus*, los *gamers* y del resto de frikis.

Conclusiones

Es interesante observar los productos y los personajes que ofrecen las industrias culturales, tanto en los modelos corporales como en la representación de los personajes que brindan al público. Pero son aún más atractivas las prácticas de apropiación que ofrecen los *cosplayers*, en la medida en que reelaboran nuevas representaciones de esos personajes, en las cuales es frecuente modificar, adaptar o parodiar su género original. En este contexto, el género puede ser conceptualizado a la luz de los siguientes elementos: el *performance*, el bricolaje y la transgresión. Al entender la historia y las formas en que han evolucionado el *cosplay* y el *crossplay*, es posible ver cómo el género y las normas que lo rigen son apropiadas y adaptadas por los *cosplayers*.

Comprender las lógicas de cooperación, los discursos y las prácticas del *cosplay* y del *crossplay* contribuye tanto al avance de los estudios de género como a los *fan studies*, a la sociología de la cultura, a la antropología y la sociología del cuerpo. Como muestra de ello, el estudio del *crossplay* permitiría actualizar algunas discusiones de la teoría *queer* de Butler (1990) o incorporar las contribuciones de Howard Becker sobre la construcción colectiva de las normas que rigen internamente a las identidades “desviantes” (Becker, 2010 y 2008).

El capital simbólico de Bourdieu (1990) también puede recuperarse para lograr un análisis de las lógicas de cooperación que los *cosplayers* despliegan a través de los consejos y tutoriales que comparten en las redes sociales, y cómo ese capital cultural es objeto de disputa simbólica en los concursos de *cosplay*. Además, la evidencia de la hipersexualización que se cuele en estas subculturas mediáticas, reinventada a través del *crossplay*, abre otro campo de estudio.

El *cosplay* y el *crossplay* han permitido examinar en este capítulo algunas de las prácticas y lógicas que subyacen al género, en la aproximación creativa de los participantes de esta caracterización, y los problemas que trae en este mismo contexto. Esto coadyuva a redibujar con nuevos trazos los moldes de género restrictivos que imperan en la sociedad.

Referencias

- Bajtín, M. (1987). *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento*. Madrid: Alianza Editorial.
- Barba, R. (2017). *Otakus mexicanos. El análisis de la cultura participativa de aficionados a las narrativas transmediales japonesas* (tesis de doctorado). Universidad Autónoma de Aguascalientes, México.
- Barral, E. (1999). *Otakus, les enfants du virtuel*. París: Danoel.
- Becker, H. (2010). *Outsider: Hacia una sociología de la desviación*. México: Siglo XXI.
- Becker, H. (2008). *Los mundos del arte. Sociología del trabajo artístico*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.
- Bourdieu, P. (1990). *Sociología y cultura*. México: CNCA-Grijalbo.
- Butler, J. (1990). *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Barcelona: Paidós.
- Carpenzano, N. y Del Vigo, G. (2013). El concurso de *Cosplay*: dinámicas e interacciones subculturales. Ponencia. *Jornadas de la Carrera Comunicación y Ciencias Sociales. Legados, diálogos, tensiones y desafíos*. Universidad de Buenos

- Aires, Facultad de Ciencias Sociales. Recuperado de: https://www.academia.edu/28163632/El_concurso_de_Cosplay_Din%C3%A1micas_e_interacciones_subculturales._Lic._Carpenzano_Noelia_Anal%C3%ADa_Lic._.Del_Vigo_Gerardo_Ariel_FSOC_UBA_
- Castelán, C. (2012). *Cosplay: encarnación de narrativas de anime y manga (relato de un proceso en progreso)*. *II Jornadas Investigar con los jóvenes: ¿Qué sabemos de los jóvenes como productores de cultura visual?* Universidad Pública de Navarra. Recuperado de: <https://academica-e.unavarra.es/handle/2454/19778>
- Coville, M. (2017). E. van Oost, la conception des objets techniques et la production des “scripts de genre” (blog académico). *L'exposition en jeu. Exposition, médiation & jeu vidéo, Hypotheses*. Recuperado de: <https://expojeu.hypotheses.org/226>
- Crisóstomo, R. (2014). *Le freak, c'est chic: el freak como nuevo héroe de la realidad contemporánea*. *Zer*, 19 (37), 175-189.
- Gackstetter, E. (2019). Playing with identity: gender, performance and feminine agency in cosplay. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 33(2), 270-282. <https://doi.org/10.1080/10304312.2019.1569410>
- García Núñez, R. y García Huerta, D. (2013). Manifestaciones de la cultura popular del Japón en México: convenciones de cómics, anime y *cosplay*. *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad*, 3(5).
- Goffman, E. (2006). *Estigma. La identidad deteriorada*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Gómez, A. (2012). *Otakus y cosplayers*. El reconocimiento social del universo manga en España. *Puertas a la lectura*, 24, 58-70.
- Gomasasca, A. (2002). *Poupées, robots. La culture pop japonaise*. París: Autrement.
- Jenkins, H. (2006). *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*. Nueva York: New York University Press.
- Jenkins, H. (2010). *Piratas de textos. Fans, cultura participativa y televisión*. Barcelona: Paidós.
- Le Guern, P. (2002). *Les cultes médiatiques. Culture fan et oeuvres cultes*. Rennes: Presses Universitaires de Rennes.

- Leng, R. (2013). Gender, sexuality and cosplay: A case study of male-female crossplay. *The Phoenix Papers*, 1(1), 89-110. Recuperado de: <http://nrs.harvard.edu/urn-3:HUL.InstRepos:13481274>
- Levi-Strauss, C. (1988). *El pensamiento salvaje*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Loteki, A. (2012). *Cosplay culture, the development of interactive and living ar-through play* (tesis). Ryerson University, Toronto, Canadá.
- Maignet, E. (2002). Du mythe au culte... ou de Charybde en Scylla? Le probleme de l'importation des concepts religieux dans l'étude des publics des medias, en P. Le Guern (ed.), *Les cultes médiatiques. Culture fan et oeuvres cultes* (pp. 97-110). Rennes: Presses Universitaires de Rennes.
- Martínez, C. (2014). *La búsqueda de nuevos valores, referente y modelos en un mundo líquido: el refugio de la cultura friki en España* (tesis de doctorado). Facultad de ciencias políticas y sociales, Universidad Pontificia de Salamanca.
- Martínez-Collado, A. (1999). Tecnología y construcción de la subjetividad. La feminización de la representación cyborg. *Acción paralela*, (5), 1-10.
- Mauss, M. (1979). *Sociología y antropología*. Madrid: Tecnos.
- Menkes, D. (2012). La cultura juvenil otaku: expresión de la posmodernidad. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 10(1), 51-62.
- Palacios, A. (2015). De la pipa a los parches de nicotina: Sherlock, la (re)actualización del mito, en J. Sánchez y A. Martín (eds.), *El género eterno. Estudios sobre novela y cine negro* (pp. 621-629). Santiago de Compostela: Andavira editora.
- Pitarch, P. (2008). Género y fantasía heroica, en Isabel Clúa (ed.), *Género y cultura popular* (pp. 33-63). Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Quiroz, L. (2015). *Cosplay, jugando a ser otro. El uso del disfraz en la construcción sociocultural de las comunidades Otaku en México* (tesis de licenciatura). Escuela Nacional de Antropología e Historia, México.
- Real Academia Española (RAE). (2014). *Diccionario de la Lengua Española*, 23^a ed. Recuperado de: <https://dle.rae.es/friki>
- Scott, S. (2015). "Cosplay is Serious Business": Gendering Material Fan Labor on *Heroes of Cosplay*. *Cinema Journal*, 54(3), 146-154.

- Tosca, S. (2008). Videojuegos: el entretenimiento del tercer milenio, en Isabel Clúa (ed.), *Género y cultura popular* (pp. 263-289). Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Turner, V. (1988). *El proceso ritual. Estructura y antiestructura*. Madrid: Taurus.
- Viladot, À. y Steffens, M. (2016). *Estereotipos de género en el trabajo*. Barcelona: Editorial uoc.
- Winge, T. (2006). Costuming the imagination: origins of anime and manga cosplay. *Mechademia*, 1, 65-76. <https://doi.org/10.1353/mec.0.0084>

CAPÍTULO 3

LAS (RE)PRESENTACIONES DEL GÉNERO EN LO DIGITAL: ANÁLISIS CINEMATográfico DE LOS ESTUDIOS PIXAR Y WALT DISNEY DESDE 1995 A 2018

Francisca José Ortiz Ruiz

El mundo digital permite que diferentes representaciones de género sean desplegadas a la sociedad a través de los medios masivos de comunicación, tanto de carácter público como privado. Debido a que en las plataformas sociales se genera gran parte de la interacción actual entre las personas, estas representaciones que la era digital muestra y mantiene a lo largo del tiempo llegan a tener un impacto en la vida de quienes las consumen, sobre todo en los casos en que estas son impuestas en la infancia, segmento con una creciente exposición a los productos mediáticos y a la producción cinematográfica.

Sobre este tenor, se investigaron las presentaciones y representaciones que se hacen del género en lo digital, con el objetivo principal de avanzar en la comprensión de las categorías de género usadas, representadas y promovidas en productos artísticos difundidos en los medios masivos de comunicación. Para esto se analizaron las películas creadas por los estudios de Pixar y Walt Disney entre 1995 y 2018, por considerar que este material permeó en las nociones de género de los infantes que vieron estas producciones cinematográficas (de aquellas generaciones que las consumieron sincrónicamente durante este período), y que también tiene

la capacidad de seguir influyendo en las concepciones de género de los futuros públicos infantiles que las consuman.

Como metodología, se optó por un análisis cualitativo de los contenidos, el lenguaje y los aspectos técnicos y visuales, registrados por medio de fichas bibliográficas para cada película, lo que permitió examinarlas de manera individual y realizar comparaciones entre ellas. Dentro de los resultados obtenidos, se encontró que a lo largo de estas producciones cinematográficas el género es representado de distintas formas, según los períodos a los que correspondan. Estas representaciones, además de que muestran una idea de lo que es “ser mujer” y “ser hombre”, también ejemplifican en qué consiste “ser familia”. Destaca que la noción de *mujer* es la que más cambios ha tenido en los últimos años, al pasar de una visión muy sencilla a conformar personajes cada vez más complejos. En contraste, la noción de *hombre* se mantuvo fija durante la mayoría de los años, y solo cambió levemente en tiempos recientes.

Además de esbozar cómo son definidas estas categorías de género, en este trabajo se reflexiona respecto a la relevancia de estudiar el género en la actualidad, más allá de la dicotomía de lo público y lo privado, en el terreno de lo digital, entendido este último como una nueva plataforma reproductora y promotora de representaciones del género.

Sociología del género: reconstrucción de una categoría de análisis

En los años ochenta, Gayle Rubin (1986) escribió sobre los tres elementos que conforman al sujeto y los ligó teóricamente: 1) las organizaciones de parentesco (resaltando los escritos de Levi-Strauss), 2) la división del trabajo como una exacerbación de las diferencias (donde rescata la teoría marxista), y 3) la concepción de un matrimonio binario y heterosexual (según Freud y Lacan). La autora ve a la estructura como el sustento de la opresión de las mujeres y de las minorías sexuales (influidas desde la estructura de parentesco).

El sistema sexo/género es una base social que emerge como dos conceptos distintos que han sido utilizados como iguales por la sociedad y que se legitiman mutuamente. Rubin (1986) es la primera en hablar de un componente cultural anterior al género, donde este lo definiría como la plusvalía para las instituciones; es así como propone una economía política, basada en Marx, con una perspectiva histórica y un entendimiento de lo político, lo económico y el género como conceptos que están a un mismo nivel, dentro de una misma dinámica.

J. Scott (1990 y 1996) identificó un sujeto que vive bajo estratificaciones constantes, como la raza, la procedencia de la persona (en los inmigrantes, por ejemplo) y el género. Este sujeto está bajo un sistema binario, y su reproducción es vista como la existencia de igualdad en contra de su antítesis: la diferencia. La igualación de situaciones provoca la diferencia, es decir, no son conceptos tan distintos a los que se naturalizan hoy.

Esta autora describe la estructura desde una visión relacional en la sociedad que involucra cuatro elementos estratificadores del género: 1) símbolos que evocan múltiples representaciones, 2) conceptos normativos que permitan la interpretación del significado de esos símbolos, 3) instituciones sociales, y 4) identidad subjetiva. El género, desde la teoría de Scott (1996), es un elemento constitutivo de las relaciones sociales basadas en diferencias percibidas entre los sexos; es una forma de estratificación y uno de los principales campos de las relaciones de poder y sus significaciones.

Más tarde, Connell (1995) mencionó que el sujeto se define desde la sexualidad, es representado de manera coherente para la visión de la sociedad y subyugado a la idea de que el orden del género sea el orden del cuerpo, donde debe poseer uno de los dos roles relacionales que existen: masculino o femenino. Para este autor, la estructura es un escenario reproductivo donde hay relaciones de poder, de producción y del vínculo emocional; aun así, asume en la estructura la posibilidad de cambio, gracias a la existencia de su historicidad. Ligado a esto último, su visión del género es la de una estructura histórica que puede cambiar socialmente, pues considera que el género es una hegemonía de la noción heterosexual de la sociedad, atravesado por la noción de raza y de clase social.

A inicio de siglo, Judith Butler (2001 y 2006) expresó su visión del sujeto constituido por las nociones de género y sexo, como conceptos distintos pero pertenecientes al mismo nivel. El sujeto en la sociedad solo existe en la medida en que pueda ser identificado por su género, donde su cuerpo es la materialidad que carga con una serie de concepciones culturales sujetas al individuo. Butler señala que los sujetos son socializados constantemente dentro de sus interacciones cotidianas, pues estamos en un *performance* permanente en el que el sexo y el género, cada uno con su definición, son discursos a nivel cultural y social. Existe un sujeto que es producido en y a través de esa regulación discursiva.

Asimismo, tenemos la noción de estructura como variada y socializada, sobre todo dentro de la familia, en la cual el sujeto posee roles desde su nacimiento (Butler, 2006). Hay tres elementos en los cimientos de esta estructura: las bases simbólicas (las representaciones culturales de los géneros), las bases institucionales (los regímenes organizativos), y las bases individuales (la interacción social cotidiana). A pesar de estas estructuras, la autora reconoce que la significación del género y de la sexualidad depende de un contexto específico y determinado; por ejemplo, hay entornos donde la heterosexualidad es concebida como una noción que restringe, naturaliza y obliga.

El concepto de género para Butler (2006) es flexible y movable, ya que su significado depende del contexto. El género es un constructo, una norma, una expresión o una interpretación estratégica de la realidad, un discurso que no es fijo a lo largo de la historia, una forma de constituir al sujeto influida por un marco político y económico determinado. Así, el género estaría constituido por una estructura de sistemas de jerarquías sociales y por la distinción entre lo que es público y lo que es privado, en donde lo biológico es relevante, pero la influencia cultural en la significación del género es central y no siempre consciente. A partir de este, la sociedad establece roles definidos en su contexto; de ahí que la autora refiera que la “identidad de género” es solo una ficción.

Pierre Bourdieu (2007) propuso al sujeto como receptor de la violencia simbólica de la división sexual del trabajo (estructuras objetivas), que provoca las oposiciones binarias que, a su vez, son las que crean al androcentrismo (como estructuras

cognitivas). Los esquemas mentales de los agentes son el producto de la asimilación de las relaciones de poder, en donde los dominados y los dominadores apoyan la construcción y la reproducción de la dominación masculina. En su noción de estructura existe una visión androcéntrica de la división sexual, con lo que hay una concordancia entre estructuras objetivas y cognitivas –es decir, entre el mundo social y sus estructuras–, percibidas como naturales e incorporadas dentro de los agentes (en sus pensamientos y acciones).

Para el sociólogo francés, este orden social es provocado por cuatro puntos: 1) la distinción entre la posición, 2) la no visión de las estructuras fácilmente, 3) el paso de la *doxa* a la *episteme*, y 4) la violencia simbólica. Según Bourdieu (2007), el género es un objeto de uso de estos cuatro puntos, y su división es naturalizada e, incluso, incorporada como una forma de organizar lo social. La división de los sexos está en el orden de las cosas, donde los esquemas de percepciones están modelados por este orden.

Con las diferentes propuestas y exposiciones de estos autores, el presente capítulo enfoca el género como categoría central de análisis en la era digital. Para efectos del trabajo, se entiende que el género es una categoría social (Scott, 1996), es decir, es producido socialmente, y su visualización es una “estilización repetida del cuerpo [...] que se congela en el tiempo para producir la apariencia de sustancia, de una especie natural de ser” (Butler, 2001, p. 67). En otras palabras, el género en la sociedad suele ser conceptualizado y develado como una categoría que no es producida por la sociedad, sino como algo que es natural. A su vez, el género es concebido como una forma de estratificación constitutiva “de un sistema material y simbólico multidimensional de jerarquías” (Mora, 2009, p. 5), que se entiende como una “estructura multidimensional de oportunidades y accesos a beneficios sociales” (p. 18).

De esta forma, la relevancia del estudio del género es doble: por un lado, es una categoría producida, reproducida y legitimada socialmente, lo que la hace parte de la sociabilización de todos los individuos que conforman la sociedad; por el otro, su concepción es una forma de estratificación social, una estructura de carácter multidimensional que causa la diferenciación entre los individuos y su

forma de acceder a la sociedad (por medio de distintos beneficios u oportunidades); es, por tanto, una de las categorías necesarias para estar dentro o fuera de cierta identidad.

En resumen, se maniobrará el género definido como una estratificación social que se reproduce y legitima en la socialización de las personas, interacción en la cual se encierra el concepto. La socialización conforma la sociedad en los individuos –y viceversa–, y en las distintas identidades, lo que puede visibilizarse en múltiples producciones artísticas y culturales de medios audiovisuales que integran la realidad social. En la caricaturización de distintos personajes, la sociedad desea imponer un ejemplo del individuo a seguir. Lo mismo atañe al género que, disfrazado de entretenimiento, es representado y enseñado de manera particular al público, lo que puede tener especial impacto en los grupos de infantes. La sociabilización, como un proceso que produce, reproduce y legitima lo social en el individuo, puede visualizarse en creaciones artísticas audiovisuales, como las películas de Pixar y Walt Disney, cintas filmográficas con un determinado tipo de socialización y de construcción identitaria en la sociedad (Larraín, 2001).

La relevancia de la noción de familia

La familia, con el paso a una sociedad moderna, ha sufrido distintas transformaciones. Pierre Bourdieu, en el apartado El espíritu de la familia, de su libro *Razones prácticas* (1997), plantea que hay una noción dominante, legitimada y reproducida por la sociedad de lo que debe ser una familia “normal”. La familia es vista como un agente activo, con voluntad propia y con un conjunto de ideas normativas que moldean la forma correcta de vivir en las relaciones cotidianas que envuelven su desarrollo. El autor propone que la familia realmente es una categoría social objetiva y no naturalizada “que constituye el principio de miles de representaciones y de acciones [...], que contribuyen a reproducir la categoría social objetiva” (1997, p. 130).

Todo esto sería un círculo constante de reproducción del orden social imperante, argumentado y fundado en su construcción arbitraria, con un supuesto carácter natural y universal de la noción de familia. La categoría de la familia funciona en el *habitus* como esquema de clasificación y como principio de construcción del mundo social. La familia es resultado de una labor institucional y de la reproducción social a través de la conformación del *habitus* de los agentes. Es así como la familia, para el autor, es una “ilusión ‘bien producida’ [...]; producida y reproducida con la garantía del Estado, recibe en cada momento del Estado los medios para existir y subsistir” (Bourdieu, 1997, p. 138).

La familia es considerada un instrumento de uso para el Estado, es un campo en donde también se ponen en juego los distintos capitales entre sus integrantes y entre las familias. El Estado “tiende a favorecer una forma determinada de organización familiar” (Bourdieu, 1997, p. 136), al colocar categorías oficiales que desea que sean las imperantes y buscar mantenerlas como tal. La constitución de esta es un ejemplo claro de lo que desea el Estado que se genere como familia en la sociedad moderna, en donde “lo privado es un asunto público” (p. 137).

Incluso, la sociedad tiene lógicas de cuerpos que funcionan al dividir por género las tareas que conlleva una familia y su manutención. Esta es la principal implicancia de los cambios de la sociedad moderna en la familia y en la concepción de género: provoca la división a partir de oposiciones entre los hombres y las mujeres, y de esquemas producidos por una labor institucional reproducida constantemente. A lo que se le agrega la incorporación de lo privado como algo público.

Actualmente, la definición de familia como una idea poco estructurada y con una gran diversificación de lo que es con exactitud, ha provocado cambios en la relación y en la lógica de subsistencia. Hace unos años, Bourdieu mencionaba que la familia era conceptualizada como “un conjunto de individuos emparentados vinculados entre sí ora por alianza, el matrimonio, ora por filiación, ora más excepcionalmente por adopción (parentesco), y que viven todos bajo el mismo techo (cohabitación)” (1997, p. 126). A partir de esto, el autor plantea que ya no se puede concebir esta definición como algo general y “normal”, porque no corresponde con la realidad. Hay una gran cantidad de representaciones sociales del concepto de

familia que buscan ser naturales, pero que solo son una invención “condenada a una desaparición más o menos rápida” (p. 127).

Los cambios producidos en el concepto de familia son muy cercanos a los efectos de la estructura del mercado laboral, donde existen dos tipos de segmentación (Stefoni, 2007):

- 1) Horizontal: hace referencia a que los empleadores actúan como filtro. Hay una preferencia marcada por parte de los trabajadores en la búsqueda de empleos que puedan combinar con el cuidado de la familia, y un proceso de sociabilización que incentiva la aspiración a distintas ocupaciones. Aquí existe una gran afinidad por las mujeres, por considerarlas como mano de obra más flexible y por la creencia social de su cercanía “natural” con el cuidado de los niños y la manufactura (Barrientos, 2004).
- 2) Vertical: se aprecia la distribución desigual de las ocupaciones según el género y la raza o la etnia del empleado; por ejemplo, con la noción de que en el Estado es donde más presencia de hombres “debe” haber, ya que ellos no se dedican al cuidado de los niños o el hogar, pues son las mujeres las que “deben” estar a cargo de estos aspectos. Es así como el mercado laboral es dividido en dos bloques: hombre y mujer, lo que aparenta un factor biológico que, en la realidad, es cultural (Acosta, Peticara y Ramos, 2007).

Los estudios sobre la noción de familia han avanzado al problematizar el tema de la diversidad. En los años setenta ya se conceptualizaba que las familias superaban el lazo biológico, pues el individuo elige con quién formar ese vínculo, y este ya no se reduce a las personas de la casa (Yanagisako, 1979). Mientras que en los ochenta y noventa se complejizó aún más el concepto, al incorporar la clase social y la migración como elementos que influían en su conformación y mantenimiento durante el tiempo (Rabell y D’Aubeterre, 2009). Para el siglo XXI se tematizó más la noción de la diversidad familiar (González, 2013; Ortiz y González, 2017) y su relevancia dentro de la sociedad, al visibilizar un fenómeno que en realidad siempre había ocurrido.

Al considerar todo lo anterior, se concibe que las familias son unidades sociales complejas, compuestas por variados individuos y diversas funciones que escogen relacionarse en torno a esta idea, y trascienden un solo espacio físico; por tanto, la noción de familia es de amplia diversidad estructural, cultural y económica (González, Ortiz y Espinosa, 2018). Como se verá más adelante, los avances del relato teórico de la sociología de género y la concepción de la familia no siempre tienen un correlato en la cinematografía.

Los estudios sobre el cine infantil y el uso de la categoría de género

Hay pocos estudios que analizan el cine infantil, y aun menos conducidos por la variable del género. *Para leer al Pato Donald (1972)* de Ariel Dorfman y Armand Matterlart fue uno de los primeros libros que problematiza el uso de la animación como una representación más compleja –por ser un sistema de componentes culturales y simbólicos–. En este, los autores hacen el nexo con el contexto en que es usada la historieta cómica y concluyen que en ese momento histórico la figura del Pato Donald se utilizó como una herramienta política de promoción de determinados principios, valores y formas de pensar. Con esta primera lectura se comprueba que, aunque a veces de forma poco perceptible o camuflada, existe un vínculo entre las animaciones y la producción de estrategias publicitarias (Amorós y Comesaña, 2016). Esta circulación de ideas por medio del uso de la animación ha sido estudiada con énfasis en el mensaje transmitido a los infantes.

Una de las compañías líderes en el terreno de los productos dirigidos al público infantil es The Walt Disney Company, que ha acaparado la atención a lo largo de los años debido a su impacto mediático. El rol de esta empresa ha sido catalogado como central en la cultura popular e infantil y, por tanto, en la educación del público en general en cuanto a valores conservadores y que no cuestionan el orden social (Digón, 2006). Por esta razón, las producciones de Disney están marcadas

por tener historias cargadas de “estereotipos que refuerzan valores sexistas, racistas y clasistas” (p. 166).

Deconstructing Disney (1999) es un libro escrito por Byrne y McQuillan, dedicado al caso de Disney y cómo su industria categorizaba e ilustraba ciertos prototipos de formas de vida. Desde el enfoque teórico de la deconstrucción, en esta obra se busca develar las más profundas discriminaciones y limitaciones conceptuales en el interior de las películas animadas que la compañía tenía hasta ese momento. En el mismo año, Giroux (1999) escribió sobre la industria cinematográfica en torno a Mickey Mouse y su uso como representación que promueve y rehúsa determinados valores, principios y formas de vida. Estas referencias dejan en claro que el discurso proyectado en la cinematografía no es inocente ni imparcial, sino que tiene una posición clara frente a los temas, ideas y valores, que transmite en forma de caricaturas.

La noción de caricatura es problemática, ya que por definición consiste en extremar situaciones de la vida cotidiana para generar humor a través de ellas; esto a partir de la realidad, a fin de promover otra realidad, lo cual es parte integral del proceso de socialización de niños y niñas. Este tema es analizado con mayor profundidad por Alejandra Martínez y Aldo Merlino (2006), quienes proponen el “discurso cinematográfico como una práctica social que nos remite a un entramado complejo de relaciones sociales, históricas y económicas que elaboran, acreditan y regulan; en tanto que discurso –aparato ideológico– no puede ser considerado un instrumento pasivo de mera reproducción y entretenimiento” (p. 126). En esta misma línea, las animaciones enfocadas al público infantil son productos de “representaciones sociales y reproducen esquemas específicos de actitudes y comportamientos” (p. 125) presentes en los mundos donde los niños y las niñas socializan con el pasar de los años.

A pesar de estas pesquisas, el impacto que las películas animadas tienen sobre los niños ha sido brevemente explorado. Las autoras González, Villasuso y Rivera, en su trabajo *Las princesas de Disney: lo que aprenden las niñas mexicanas a través de las películas* (2012), entrevistaron a niñas de entre cinco y nueve años con el objetivo de conocer cómo percibían la realidad de las princesas, con qué

aspectos se identificaban y qué aprendizajes obtenían de estas. Las autoras del estudio concluyeron que la línea divisoria entre realidad y ficción en estos casos era bastante borrosa, al punto que se develaba que las películas influían en el proceso de construcción identitaria y en la socialización de las niñas. Así, las “princesas de Disney son la promoción tanto de valores como de antivalores, que se convierten en un parámetro de ideal acerca de la vida para las niñas” (González, Villasuso y Rivera, 2012, p. 1517).

En el estudio de Martínez y Merlino (2006) sobre las producciones cinematográficas infantiles cruzadas por el género, se revela una gran cantidad de estereotipos. Por ejemplo, al analizar la película *La Bella y la Bestia* (1991) de Disney, tematizan críticamente el uso de la mujer como un personaje pasivo, que puede ser intercambiado y que tiene una función simbólica. Los autores llegaron a la siguiente conclusión:

En la vida social, para los receptores de estos mensajes, la caracterización de uno y otro sexo se constituye como un proceso normativo que actúa definiendo límites y marcos de pensamiento y acción de acuerdo a un mandato social vigente. Mandato que encuentra su espacio de difusión en productos culturales como los films de animación, que se presentan en apariencia constituidos por contenidos vacíos y de entretenimiento inocente (Martínez y Merlino, 2006, p. 128).

De esta forma, se deja en claro que la representación diferenciada de hombres y mujeres en las películas transmite un mensaje que es reproducido múltiples veces. En el interés de esta división se inserta la investigación de Porto (2010), quien analiza ocho largometrajes de animación digital de Walt Disney/Pixar y DreamWorks/Pacific, estrenados durante la década de 1998-2008, en los que se observaron las representaciones de género. “En términos generales, la masculinidad se vincula a la violencia, al dominio, al riesgo, a la habilidad, la inteligencia; mientras que la feminidad se encuentra más unida a la debilidad, la imprudencia, la bondad, la pasividad y los valores estéticos” (2010, p. 13). Esto advierte que en las películas los hombres aún son los héroes de sus propias vidas, mientras que las mujeres continúan con un papel secundario en la vida de ellos.

Otra forma de estudiar la categoría del género y de cómo es representada en las películas puede ser mediante la exploración del uso de las redes sociales. Ejemplo de esto es el análisis realizado por Pete Jones (2018) de la película cinematográfica *Mujer Maravilla* (2017) de DC Comics. En su investigación, el autor complejiza la manera en la que se suele ver la participación de las mujeres en la trama de la historia, e incorpora nuevas formas de medición de ello. Con esta aproximación, logra develar la inequidad que existe incluso en las películas donde la heroína es una mujer. Este tratamiento del tema resulta interesante, y podría en un futuro aplicarse a más películas (como las de Pixar y Disney aquí estudiadas) o complementarse con el uso de métodos mixtos.

La relevancia de analizar las (re)presentaciones del género en las cintas cinematográficas infantiles de estos estudios puede ser resumida en cuatro aspectos:

- 1) Relevancia teórica: el proceso de socialización debe considerar en la actualidad el medio digital como parte de este desarrollo; un ejemplo de esto es la animación cinematográfica dedicada a la infancia (Porto, 2010).
- 2) Relevancia práctica: las películas de Pixar y Disney en pocos años han pasado a ser un éxito en audiencias, lo que en la práctica significa que una gran población de infantes en Occidente incorpora en su concepción de lo social las ideas proyectadas en los largometrajes (Porto, 2010; González, Villasuso y Rivera, 2012).
- 3) Relevancia metodológica: la utilidad del análisis de los recursos audiovisuales en distintas temáticas, como lo han hecho diversos trabajos (Baer y Sánchez, 2004).
- 4) Relevancia de continuidad: que los estudios de animación siguen con la búsqueda de nuevas audiencias y ampliación del espectro de personas al que llegan todos los años, situación que permite una continuidad e incentiva las investigaciones sobre el tema (Canales, 2006).

Metodología

Debido a que en la actualidad hay pocas investigaciones sobre este tema fue necesario comenzar con un estudio de índole exploratorio, que busca la emergencia de categorías antes que la previa operacionalización de un concepto (Canales, 2006). Por ello, se optó por un enfoque metodológico cualitativo, en el que, tras la selección de las películas, se realizó un fichaje de cada cinta que permitiera su análisis individual y la comparación entre todas.

La naturaleza de este estudio requiere el uso de documentos (películas) que pueden ser tratados como elementos de contextualización, con la habilidad de informar sobre fracciones del mundo social y cultural en el que han sido construidos (Ruiz, 1992; Giraldo, 2009). Los documentos usados para el análisis fueron largometrajes, de soporte audiovisual, públicos (ya que su creación y divulgación se dirigen al ámbito público y no al privado) y oficiales.

En primer lugar se realizó la visualización en orden cronológico de todas las películas seleccionadas, y se escribió un esbozo de las primeras impresiones por cada una. Posteriormente, se volvió a ver cada uno de los largometrajes, con mayor detenimiento para registrar la información contemplada en el fichaje de los documentos. Con la intención de revisar los datos de la ficha e incorporar aquellos que no se hubieran registrado en las primeras observaciones, las películas se vieron repetidamente las veces que se consideraron necesarias.

Para el análisis documental (Pinto, 1989; Ruiz, 1992) se usaron fichas compuestas por un grupo de preguntas que fueron contestadas a medida que se veía la película en cuestión; las secciones incluidas son:

- 1) Descripción técnica: se especifica el tipo de documento, su extensión y sus características físicas.
- 2) Contextualización: incluye la datación, la fuente, la autoría, el destinatario, las circunstancias de producción y la forma de obtención del material.
- 3) Análisis por categoría: género, familia, rol de la niña/mujer, rol del niño/hombre, paternidad y maternidad. Este espacio estaba destinado a ideas y

citas del guion en torno a cada categoría, con la mejor descripción posible de lo que sucedía en la pantalla, considerando los aspectos visuales.

- 4) Interpretaciones: refiere al relato sobre las situaciones que ocurren en la película en orden cronológico. La narración de este apartado es similar a la observación participante, al integrar la posibilidad de escribir impresiones sobre lo que sucedía en la trama.

Debido a un elemento práctico, se analizaron solo las películas creadas y producidas por Pixar Animation Studios en conjunto con Walt Disney Animation Studios –ya que sería imposible abarcar todas las producciones animadas en solitario de Walt Disney–; el caso de estudio se restringió a un total de 20 largometrajes, estrenados entre 1995 y 2018. Se seleccionaron los estudios Pixar por el nivel de relevancia que han adquirido en solo 33 años como uno de los estudios de animación más conocidos en el mundo occidental de películas dirigidas a la infancia y a la familia.

El 3 de febrero de 1986 se fundó Pixar Animation Studios, como un grupo de productores de cortometrajes que se desliga de Lucas Films (Pixar, 2020). Con siete cortos realizados, de reconocimiento notable en las premiaciones nacionales e internacionales, Pixar creó nexos con Walt Disney World para dos largometrajes: *Toy Story* (1995) y *Bichos, una aventura en miniatura* (1998).

Tras un gran éxito en las carteleras de todo el mundo, realizaron cuatro estrenos más: *Toy Story 2* (1999), *Monsters Inc.* (2001), *Buscando a Nemo* (2003) y *Los Increíbles* (2004). Walt Disney World compró Pixar el 24 de enero de 2006, lo que para algunos críticos ha sido el momento clave en que las películas han cambiado su contenido (García-Ergüín, 2015).

Ese mismo año se estrenó *Cars* (2006), y se le sumaría un éxito tras otro: *Ratatouille* (2007), *Wall-E* (2008), *Up* (2009), *Toy Story 3* (2010), *Cars 2* (2011), *Brave* (2012), *Monsters University* (2013), *Inside out* (2015), *The Good Dinosaur* (2015), *Buscando a Dory* (2016), *Cars 3* (2017), *Coco* (2017) y *Los increíbles 2* (2018). Así,

los estudios Pixar se construyen desde sus inicios como un lugar de creación de películas para un público familiar, que principalmente apunta a la infancia.

Resultados

Para visualizar los roles de género en las películas se realizó una tabla, donde se señaló al personaje principal (el protagonista) de cada película en torno al cual gira la historia, uno de los personajes secundarios que haya estado en la mayor parte de la película y cumpla el rol de apoyar al protagonista en su misión (aquel sin el que el protagonista no habría podido finalizar su cometido) y el antagonista, quien de alguna u otra forma intenta impedir que el protagonista logre su meta.

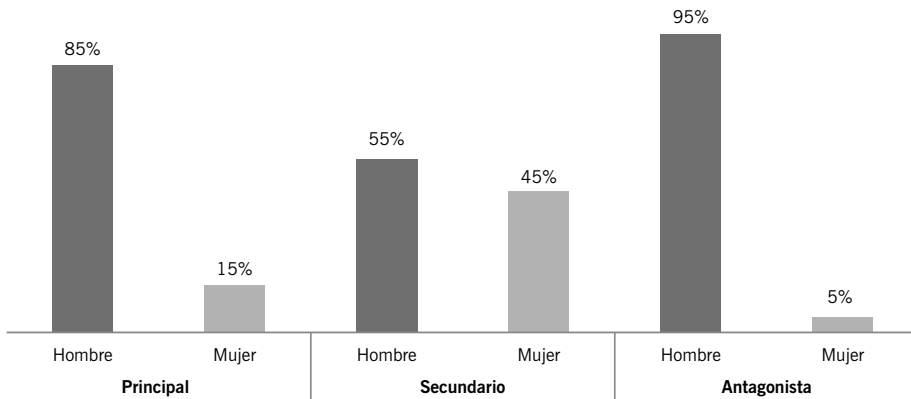
En algunos casos, el personaje secundario fue más polémico de clarificar, por lo que se consideró el cruce de tres ideas en su elección: que fuera el personaje que apoya incondicionalmente al protagonista, que fuera central en el hilo argumental de la trama y que, sin su presencia, el curso de la trama se modificaría. En esta misma lógica, en la gráfica se muestra el porcentaje de veces que aparecen mujeres y hombres en los roles de personajes principales, secundarios y antagonistas en las películas analizadas.

Las películas analizadas corresponden a 23 años de producción (1995-2018), período en el que han existido diversas transformaciones sociales y cambios en las películas de Pixar. Estas diferencias y modificaciones se pueden resumir en tres: 1) los aspectos en el tratamiento de la categoría de género, que ha llevado a la tendencia de complejizar los roles según el género; 2) las configuraciones de las nociones de *ser mujer* y *ser hombre*, que se ejemplifican en la incipiente entrada de las mujeres protagonistas y antagonistas; y 3) la incipiente entrada de la diversidad familiar, cuya constitución y representación está cruzada con significados ligados a roles y nociones de género.

Tabla. Personajes principales, secundarios y antagonistas de 20 películas de Pixar analizadas

Estreno	Película	Personajes					
		Principal	Género	Secundario	Género	Antagonista	Género
1995	<i>Toy Story</i>	Woody	H	Buzz	H	Sid Phillips	H
1998	<i>Bichos</i>	Flik	H	Atta	M	Hooper	H
1999	<i>Toy Story 2</i>	Woody	H	Buzz	H	Oloroso Pete	H
2001	<i>Monsters Inc.</i>	Mike Wazowski	H	James P. Sullivan	H	Randal Boggs	H
2003	<i>Buscando a Nemo</i>	Marlin	H	Dory	M	El dentista	H
2004	<i>Los Increíbles</i>	Mr. Increíble	H	Elastigirl	M	Síndrome	H
2006	<i>Cars</i>	Rayo McQueen	H	Tow "Mate" Mater	H	Chick Hicks	H
2007	<i>Ratatouille</i>	Remy	H	Alfredo Linguini	H	Anton Ego	H
2008	<i>Wall-E</i>	Wall-E	H	Eva	M	Auto	H
2009	<i>Up</i>	Carl Fredricksen	H	Russell	H	Charles Muntz	H
2010	<i>Toy Story 3</i>	Woody	H	Buzz	H	Lotso	H
2011	<i>Cars 2</i>	Rayo McQueen	H	Tow "Mate" Mater	H	Profesor Züindapp	H
2012	<i>Braue</i>	Mérida	M	Reina Elinor	M	Mor'du	H
2013	<i>Monsters University</i>	Mike Wazowski	H	James P. Sullivan	H	Johnny Worthington	H
2015	<i>Inside out</i>	Alegria	M	Tristeza	M	Jangles el payaso	H
2015	<i>The Good Dinosaur</i>	Arlo	H	Spot	H	Estruendo	H
2016	<i>Buscando a Dory</i>	Dory	M	Marlin	H	El calamar gigante	H
2017	<i>Cars 3</i>	Rayo McQueen	H	Cruz Ramirez	M	Jackson Storm	H
2017	<i>Coco</i>	Miguel	H	Héctor	H	Ernesto de La Cruz	H
2018	<i>Los Increíbles 2</i>	Mr. Increíble	H	Elastigirl	M	Evelyn Deavor	M

Fuente: elaboración propia a partir del análisis documental.



Gráfica. Género de los personajes principales, secundarios y antagonistas de 20 películas de Pixar analizadas.

Fuente: elaboración propia a partir del análisis documental.

Similitudes y diferencias en el tratamiento de la categoría de género

En algunas de las películas es claro que hay un cambio e interés en la profundización de los personajes en general. Quizás aún no es suficiente, pero la diferencia es notoria. En las producciones más antiguas se ve la idea clásica del hombre fuerte y la mujer compañera, donde el rol masculino siempre es el más complejo, el que tenía más problemas o desafíos que resolver. Del varón sabíamos más en la historia, incluso nos preocupábamos más como público de su personaje. En contraste, no se ahondaba en el rol de la mujer; ella solo era quien escuchaba y ayudaba al hombre (generalmente protagonista) a lograr su cometido y no solía tener problemas que afrontar.

En años recientes se ha visto un cambio, el cual consiste en mostrar a los hombres más diversos en su representación de masculinidad, al incorporar elementos como permitirse momentos de sensibilidad y emocionalidad, y profundizar en el desarrollo de las mujeres como personajes, al darles historias paralelas o protagonistas, al consentirles afrontar sus propios desafíos, y al permitirles ser y mostrarse valientes, fuertes y con carácter. El nivel de complejización de los personajes no

debería estar mediado por el género, pero con el tiempo esto ha sido así; por lo que si Pixar y otros estudios de animación logran cruzar esta barrera, se realizarán grandes progresos en las tramas cinematográficas.

A pesar de los avances, existen diversos aspectos que parecen no variar con el tiempo, lo cual resulta preocupante. El mayor de ellos es la noción binaria del género. Como ya se mencionó, la mayoría de las películas consideradas en el estudio tienen un protagonista varón (sea hombre o animal definido como masculino), mientras que las mujeres tienen más presencia en el rol secundario de las películas, como complemento y apoyo a la misión principal. Las únicas excepciones a lo mencionado anteriormente son *Brave* (2012), *Inside out* (2015) y *Buscando a Dory* (2016), que tienen protagonistas mujeres. En el primer caso, la relación central de toda la película es la de una hija y su madre; en el segundo es entre dos compañeras de trabajo; mientras que el tercer caso es más interesante por tratarse de un personaje secundario, de una película anterior, que pasa a ser el personaje principal y a tener su propia historia.

Ahora bien, si comparamos con la cantidad de hombres protagonistas (17 de 20 películas), queda la noción de que esta es una transformación por ahora incipiente, pero que puede llegar a ser muy prometedora. Para muestra de ello, en *Brave* la protagonista es la heroína y un ejemplo que contrarresta con varias representaciones de la mujer que se han realizado en estos contextos: es independiente, inteligente y deportista, tiene carácter fuerte y a pesar de su destino (cabe decir impuesto por la sociedad) –tener que casarse con un hombre de otro reino– decide no hacerlo ni ceder ante la presión, sin importar las consecuencias que esto pueda traer, lo que modifica lo que solía ser hasta ese entonces.

Llama la atención que de todos los antagonistas de las películas solo en *Los increíbles 2* (2018) es una mujer. Esto puede significar un cambio también en la clásica perspectiva del hombre que representa los roles más importantes, construido solo en extremos como el bueno o el malo de la película; lo que promovería una apertura también a otras posibilidades de lo que significa la masculinidad.

Las nociones *ser mujer* y *ser hombre*

Al contrario de los protagonistas y los antagonistas, donde la mayor parte son hombres, en los personajes secundarios hay briznas de mayor equidad de género, en puntos cuantitativos. Empero, la idea constante de todas las historias contempladas relegan el rol de la mujer a un personaje secundario. En los films de los primeros años hay una representación clásica de la mujer femenina, que se proyecta en el ámbito privado y público de su vida; después, esta cambia, y la mujer pasa a ser concebida con rasgos femeninos únicamente en el ámbito privado mientras que en lo público es presentada con elementos masculinos.

Un ejemplo de esto es *Ratatouille*, donde Colette Tatou es la única mujer que trabaja en la cocina del restaurante Gusteau's. Ella se presenta como una mujer independiente y fuerte, que se desempeña en el trabajo igual que un hombre, y que se hace reconocer a sí misma como ruda por haber ganado un lugar dentro de la cocina por sus propios méritos, en un contexto en el que la gastronomía está dominada por los hombres. En principio, a la mujer se le veía como un ser adorable compuesto de ternura y amor, pero con el tiempo se redefine como una persona que puede tener influencia en las decisiones del protagonista y formar parte activa de la trama; sin embargo, la mujer en un rol independiente aún está bastante invisibilizada.

El rol del hombre, que tiende a ser el personaje principal de todas las historias, también ha sufrido modificaciones con el paso del tiempo. Similar a la idea de la mujer, que comenzó a incorporar características clásicamente atribuidas solo al hombre, el personaje varón verá su construcción influenciada por rasgos femeninos. Así, el género masculino ha incorporado características como la sensibilidad y el sentimentalismo. Un caso en el que esto se presenta es con Wall-E, personaje que, a pesar de incluir ciertas peculiaridades femeninas, su intención de protección a la mujer y su intento por ser útil (ambas características asociadas al ser hombre) se mantienen constantes.

Ahora bien, en la correspondencia entre el protagonista y el personaje secundario se observa que en la mayoría de las películas la relación se presenta entre un

hombre y su amigo fiel hombre, o un hombre y su amiga o su pareja mujer. Solo hay dos casos en los que existe un desarrollo de amistad o familiaridad más compleja: en *Inside out* entre dos compañeras de trabajo que se vuelven amigas, y en *Brave* entre la hija y su madre.

En cuestiones de relación entre personajes, también se identificó que en las películas se presentaban características que definían cómo era y debía ser una pareja romántica, noción que no cambió mucho durante los años. La pareja, entonces, se reduce a cuatro ideas; la primera es que las parejas siempre son heterosexuales, hombre y mujer, lo que proyecta una mirada esencialista de lo que es el género en realidad. En las películas se ve que esta configuración no es cuestionable ni es tema de reflexión, ya que es visto como “lo normal”.

En segundo lugar, la pareja que se conforma es solo una en la vida. En la muestra seleccionada no existen personajes que se vuelvan a enamorar después de haber formado una familia aunque la mujer o el hombre, según sea el caso, haya fallecido. En la película *Up* podría sugerirse algo distinto, pero no termina por saberse exactamente la situación familiar de Russell; el niño menciona a una mujer (Phyllis) que vive con su papá pero que no es su mamá, y más adelante en la película, cuando el señor Fredricksen le propone jugar a quién puede estar en silencio por mayor tiempo, Russell contesta “a mi mamá le encanta ese juego”. Con esto se insinúa que sus padres no están juntos, pero no se explicita el tipo de relación que tienen. En el resto de los largometrajes, hay un solo amor en la vida de los personajes.

El tercer punto refiere a que las parejas se conforman bajo un carácter androcéntrico, donde el hombre es quien siempre toma la iniciativa, invierte en las citas, compra regalos y tiene otros detalles, y la mujer solo acepta, o no, el cortejo (negativa que la trama plantea sea poco probable). En la película *Ratatouille* se ve un ejemplo de esto cuando Remy empuja a Linguini para que bese a Colette, y ella, insegura al principio, termina por responder y aceptar el gesto.

Por último, la cuarta idea refiere a que las relaciones afectivas entre dos seres se muestran a través de breves gestos sin demasiado contacto físico, como tomarse de la mano, un pequeño beso en la mejilla, una mirada fija y cierto lenguaje y señas entre los dos. Con ello, el cariño físico es relegado a un lugar secundario, y las

parejas se conciben porque están juntas para alcanzar un objetivo específico. En la interacción de pareja, la mujer muchas veces es vista como un premio u objeto de deseo; en la película *Cars* aparecen en un momento dos autos femeninos, hermanas gemelas, que son parte del reconocimiento que recibirá quien gane la carrera, como algo extra a la inversión por parte de los auspiciadores para el ganador.

La noción *ser familia*

En la situación que se deja ver en estos largometrajes, en general, prepondera una perspectiva androcéntrica, esencialista, heterosexual y binaria de la sociedad, la cual se complementa perfectamente con que, en la mayoría de los casos, existe también la noción de una familia tradicional: un padre, una madre y los hijos/hermanos. Si bien en algunas películas se incluye además la familia extendida, como en *Coco*, donde aparecen varios tíos, tías, abuelos, abuelas, primos y primas (todos unidos por algún vínculo biológico) en busca de retratar los lazos más extendidos de la familia que se dan en México; es frecuente que cuando se hace mención a la familia de origen del personaje, esta solo se compone, de forma más o menos visible, de los padres y hermanos.

La familia tradicional, compuesta por padres e hijos biológicos, es la más visibilizada en todas las películas de la muestra; no obstante, en algunas cintas se alcanza a observar un cambio. En 2003 se estrenó la película *Buscando a Nemo*, en la que prevalece la idea de que la familia es la que uno escoge, esto después de que Marlin y Nemo (padre e hijo) integran al personaje de Dory como parte de su familia. La idea se vuelve a repetir en la película *Up*, que explora la posibilidad de que exista una estrecha relación, que pasa de la amistad a la familia, entre un adulto mayor (Carl Fredricksen) y un niño (Russell); y en *Cars*, donde todos los autos que viven en Radiador Springs conforman una familia.

En cuanto a la noción de familia, Bourdieu comentó en los años noventa que “la familia nuclear, en la mayoría de las sociedades modernas, es una experiencia minoritaria” (1997, p. 126); pese a ello, para los estudios de Pixar este punto parece

aún no estar tan claro. La idea de familia en los largometrajes no es diversa, pues suele ser conformada por padre, madre e hijos, aunque también hay que reconocer que existe pluralidad, ya que a veces la madre o el padre no están presentes en la familia.

En las primeras películas y hasta *Monsters Inc.*, en 2001, la diversidad de las familias no es fácil de visualizar; de hecho, hay que colocar especial atención para determinar cuál es el tipo de familia que existe en la trama. En cambio, a partir de 2003, de *Buscando a Nemo* en adelante, y de forma progresiva, hay una tendencia por mostrar otras estructuras familiares; incluso, es tema de conversación entre los personajes, como en *Coco*. En las últimas filmografías se busca a la familia en su cotidianidad y no solo en eventos de gran magnitud, como en *Los Increíbles* o en *Brave*, de forma que se observa cómo el concepto va más allá de algo presencial, pues es algo con lo que se vive, lo cual mantiene la idea de que la noción de familia es creada socialmente (Bourdieu, 1997).

Este pequeño auge por representar y dar apertura a un concepto de familia diversa no ha sido tan desarrollado, ni ha representado un cambio constante en el tiempo, razón por la cual es una mudanza solo incipiente. A futuro, la compañía podría considerar esta opción para sus nuevos proyectos, ya que incorporar realmente la diversidad familiar en sus películas sería un acierto por parte de Pixar que generaría un impacto a nivel social (por no mencionar más material para el análisis).

Conclusiones

Se puede precisar que en las 20 animaciones analizadas de Pixar Animation Studios y Walt Disney Animation Studios existe un sesgo respecto a la representación del género y sus implicaciones en las tramas de sus películas. Si bien esto ha tenido modificaciones con el tiempo, pues se aprecia una preocupación real en dar cabida a una concepción diversa, sus creaciones todavía incluyen presupuestos sobre una concepción tradicional de la categoría de género y, por tanto, una ilustración de la sociedad de esa forma. De igual manera, las concepciones que tienen los largometrajes

respecto a ser mujer, hombre, pareja y familia han cambiado con el tiempo, pero hay ciertas ideas recurrentes en la presentación y representación de estas nociones que son promovidas en las películas.

Con esto se comprueba que el medio digitalizado de la animación no es imparcial, tiene su propia posición frente a ciertos temas. El estudio de esta situación es fundamental en términos de cómo esto influye en la definición de la sociedad que se busca mantener y promover; sobre todo al considerar la importancia del análisis de los medios de comunicación usualmente consumidos por los infantes, quienes poseen una concepción de la división entre la fantasía y la realidad mucho más tenue que un adulto (González, Villasuso y Rivera, 2012).

Las razones para que se produzcan estas conceptualizaciones internas en los largometrajes pueden ser muchas y variadas. Algunos podrían mencionar que se debe a la baja presencia de mujeres en puestos de trabajo con mayor poder de decisión en las temáticas tratadas (nociones de género) o relacionados con la producción, como mujeres guionistas. Los aspectos referentes a la involucración de mujeres en los procesos creativos o formales de las compañías de animación podrían ser un punto de partida interesante para futuras investigaciones. Otros campos en los que se podrían realizar aportes más profundos y ricos en contenidos sobre esta línea sería la investigación centrada en el público y no solo en el mensaje que las obras transmiten, la revisión empírica de las relaciones que se producen en los medios de comunicación en la era digital actualmente, y el uso de metodologías mixtas, que consideren no solo el análisis cualitativo de lo visual y lo discursivo, sino también lo cuantitativo.

El aporte central de este capítulo radica en la visibilización de las desigualdades de género y, por tanto, de la reproducción y promoción de una visión crítica ante lo que se entiende como género en la sociedad. Sobre todo, al considerar que estas definiciones, además de estar en lo público y lo privado, toman parte en los contextos de la nueva plataforma reproductora y promotora de representaciones que significa lo digital.

Sin duda alguna esta investigación tiene limitaciones, ya que al ser un estudio centrado en el producto cinematográfico es difícil hacerse cargo de todo el mundo

del arte (Becker, 2008) que entra en juego antes de su creación. Tampoco se encontró información suficiente sobre el impacto tangible que poseen estas películas en los niños y las niñas, ni sobre el impacto del discurso de la industria cinematográfica en la sociedad. Aun así, los resultados obtenidos de esta investigación representan un pequeño avance en esta línea desde los estudios del género.

El día en que las películas para todo público –y en especial aquellas que tienen como público meta a los niños– denoten una ausencia de sesgos tanto en los temas de género y sexualidad, como en la concepción de familia y de pareja, será porque hay una modificación semántica, o hasta estructural, en la realidad social. La pregunta aún sin responder es: ¿será posible este cambio alguna vez?

Referencias

- Acosta, E.; Peticara, M. y Ramos, C. (2007). *Empleo femenino: oferta laboral y cuidado infantil*. Chile: Banco Interamericano del Desarrollo (BID).
- Amorós, A. y Comesaña, P. (2016). Cartoons, publicidad y transmedialidad. *Cuadernos.info*, 39, 165-180.
- Baer, A. y Sánchez, F. (2004). La metodología biográfica audiovisual: el proyecto “Survivors of the Shoah”. *EMPIRIA*, (7), 35-55.
- Barrientos, S. (2004). La mano de obra femenina y las exportaciones globales: mujeres en las agroindustrias chilenas, en Paloma de Villota Gil-Escoín (coord.), *Globalización y Género* (pp. 297-318). Madrid: Editorial Síntesis.
- Becker, H. (2008). *Los mundos del arte: sociología del trabajo artístico*. Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes.
- Bourdieu, P. (2007). *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, P. (1997). *Razones Prácticas*. Barcelona: Anagrama.
- Butler, J. (2001). *El género en disputa: el feminismo y la subversión de la identidad*. México: Paidós.
- Butler, J. (2006). *Deshacer el género*. Paidós: Barcelona.
- Byrne, E. y McQuillan, M. (1999). *Deconstructing Disney*. London: Pluto Press.

- Canales, M. (2006). *Metodologías de investigación social*. Santiago de Chile: LOM Ediciones.
- Connell, R. (1995). La organización social de la masculinidad, en Teresa Valdés y José Olavarría (eds.), *Masculinidad/es: poder y crisis* (pp. 31-48). Chile: Isis Internacional/FLACSO.
- Digón Regueiro, P. (2006). El caduco mundo de Disney: propuesta de análisis crítico en la escuela. *Revista Científica de Comunicación y Educación*, 26, 163-169.
- Dorfman, A. y Matterlart, A. (1972). *Para leer al Pato Donald*. México: Siglo XXI Editores.
- García-Ergüín Maza, M. (2015). La emancipación de Dreamwords Animation del género “cartoon” al adulto: cambios narrativos en el cine de animación. *Ética y Cine Journal*, 5(1), 41-47.
- Giraldo Lopera, M. L. (2009). Archivística: fundamentación teórica y tradición formativa. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 32(1), 31-45.
- Giroux, H. A. (1999). *The mouse that roared: Disney and the end of innocence*. New York: Rowman and Littlefield Publishers.
- González, H. (2013). La producción científica sobre la familia en Chile: miradas desde la antropología feminista. *Revista de Estudios de Género, La Ventana*, 4(38), 88-119.
- González, H.; Ortiz, F. y Espinosa, A. (2018). Redes de parentesco en las familias de Santiago de Chile. *Revista REDES*, 29(1), 111-124.
- González, T.; Villasuso, M. y Rivera, M. E. (2012). Las princesas de Disney: lo que aprende las niñas mexicanas a través de las películas. *Revista Comunicación*, 10(1), 1505-1520.
- Jones, P. (2018). Diana in the World of Men: a character network approach to analysing gendered vocal representation in *Wonder Woman*. *Feminist Media Studies*, 20(1), 18-34. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1510846>
- Martínez, A. y Merlino, A. (2006). Discurso y socialización en producciones cinematográficas infantiles. *Revista Científica de Comunicación y Educación*, 26, 125-130.
- Mora, C. (2009). Estratificación social y migración intrarregional: algunas caracterizaciones de la experiencia migratoria en Latinoamérica. *Universum*, 24(1), 128-143.

- Larraín, J. (2001). *Identidad chilena*. Santiago de Chile: LOM Ediciones.
- Ortiz, F. y González, H. (2017). Visibilizando las brechas y contradicciones entre la familia definida por la ley y las familias en Santiago de Chile. *Revista Rumbos*, 16, 53-76.
- Pinto Molina, M. (1989). Introducción al análisis documental y sus niveles: el análisis de contenido. *Boletín de la ANABAD*, XXXIX(2), 323-341.
- Pixar. (2020). Our story. Recuperado de: <http://www.pixar.com>
- Porto, L. (2010). Socialización de la infancia en películas de Disney/Pixar y DreamWorks/PDI. Análisis de modelos sociales en la animación. *Revista Prisma Social*, (4), 1-20.
- Rabell, C. y D'Aubeterre, M. E. (2009). ¿Aislados o solidarios? Ayudas y redes familiares en el México contemporáneo, en C. Rabell (coord.), *Tramas familiares en el México contemporáneo: una perspectiva sociodemográfica* (pp. 41-96). México, D.F.: UNAM, Instituto de Investigaciones Sociales.
- Ruiz Pérez, R. (1992). *El análisis documental: bases terminológicas, conceptualización y estructura operativa*. España: Universidad de Granada.
- Rubin, G. (1986). El tráfico de mujeres: notas sobre la "economía política" del sexo. *Nueva Antropología*, 8(30), 95-142.
- Scott, J. (1996). El género: una categoría útil para el análisis histórico, en Marta Lamas (comp.), *El género: la construcción cultural de la diferencia sexual* (pp. 265-302). México: UNAM/Porrúa.
- Scott, J. (1990). Deconstructing equality-versus-difference: or, the uses of poststructuralist theory for feminism, en M. Hirsch y E. Fox (eds.), *Conflicts in Feminism*. New York: Routledge.
- Stefoni, C. (2007). Migración, género y servicio doméstico. Mujeres peruanas en Chile, en María Elena Valenzuela y Claudia Mora (eds.), *Trabajo doméstico y equidad de género*. Santiago: OIT.
- Yanagisako, S. (1979). Family and Household: The Analysis of the Domestic Groups. *Annual Review of Anthropology*, 8, 161-205. <https://doi.org/10.1146/annurev.an.08.100179.001113>

CAPÍTULO 4

RELIGIÓN HETERODISIDENTE: EL PAPEL DE LAS IMÁGENES RELIGIOSAS EN LA COMUNIDAD LGBT+; UN ESTUDIO DE CASO

Joel Ruiz Sánchez

Jesús Manuel Cárdenas Hinostroza

En la actualidad, los mexicanos demuestran su fe y su devoción a diferentes santos de múltiples maneras. No obstante, existen subgrupos sociales que no se identifican con las imágenes oficiales de santos, situación que los ha llevado a la necesidad de encontrar y venerar a diferentes imágenes religiosas no reconocidas o autorizadas por la Iglesia católica. Aunque algunos de estos “santos populares” no son admitidos por la congregación religiosa, para los creyentes este detalle queda en segundo plano, siempre y cuando se sientan identificados con esta efigie.

Ante la escasa presencia de imágenes religiosas que pueden ser referente para la comunidad lesbiana, gay, bisexual, transexual, transgénero, travesti, intersexual, *queer* (LGBT+), surgió la idea de plantear un estudio de la iconografía religiosa heterodisidente¹ usada por los miembros de este grupo, pues se considera importante conocer las dinámicas de apropiación de las imágenes religiosas que tiene esta comunidad, a partir de sus procesos de difusión. La pregunta guía de este estudio fue: ¿cómo influyen los procesos de difusión, recepción y

¹ El concepto *heterodisidente* permite nombrar prácticas, movimientos e ideas que rechazan los lineamientos heteronormativos socialmente impuestos (Secretaría de Igualdad, 2016).

apropiación de las imágenes santorales heterodisidentes en la identidad y sentido de pertenencia de la población LGBT+?

Con la intención de determinar la influencia que tienen los santos heterodisidentes en la religiosidad e identidad de los miembros de esta comunidad, se realizó una investigación de campo para conocer los procesos de difusión y replicación de las imágenes religiosas en las redes sociales. Para ello, se aplicaron dos cuestionarios tipo Likert: el primero durante la XIV Marcha del Orgullo Gay en la ciudad de Cuernavaca, Morelos, con el fin de determinar las vías de acción; y el segundo después de realizar varias actividades y publicaciones en las redes sociales con las representaciones pictóricas y las historias de estos santos. Los resultados del estudio de caso muestran que estas imágenes fortalecen la religiosidad, al mismo tiempo que permiten reelaborar la identidad y el sentido de pertenencia a las personas de la comunidad LGBT+ que acuden a la iglesia.

Antecedentes de las religiosidades disidentes

Sabuco Cantó (2009) indica que las prácticas *queer*

nacieron en EEUU, en la década de los ochenta, para romper y desclasificar las dicotomías estructuralistas y las rutinas políticas que nos encorsetaban en binomios de oposición insalvable. “Ser” hombre o mujer, gay o lesbiana, trans o *drag*, homosexual o heterosexual se estaba quedando estrecho para muchas y muchos de los sujetos que hartos de sus etiquetas debían luchar por sus derechos a las diferencias, contra el entramado siempre confuso al priorizar una de esas identidades frente a las otras en función del contexto o de la posibilidad que ofreciera la inserción en un colectivo determinado. Además, resultaba extenuante establecer un orden de cordura coherente en la construcción de la identidad personal (p. 40).

En esta tesitura, la estigmatización y la exclusión de los disidentes sexuales aparece en todo el mundo, aunque las formas de representación y resistencia son localizadas culturalmente. En este sentido, pareciera que el movimiento *queer* y

el movimiento de género no se relacionan con lo espiritual, como si las personas LGBT+ no ejercieran ninguna fe o estuviesen apartadas de las prácticas o las manifestaciones religiosas; sin embargo, el movimiento religioso de la diversidad comienza casi junto con las manifestaciones de liberación sexual.

Esto se debe a que las iglesias se han encargado de dar discursos y pronunciamientos públicos respecto a las personas disidentes sexuales, lo que muestra a estas disidencias (por ejemplo la homosexualidad) como antinaturales, pues no se puede procrear ni tener una familia solo entre hombres o mujeres. Como “reacción a este movimiento gay también se han suscitado controversias por parte de grupos religiosos que consideran a la homosexualidad como algo antinatural que contradice los valores cristianos” (Nóir, 2010, p. 138), cuestión que influyó en la decisión política de criminalizar los actos homosexuales.

En el contexto mexicano, durante mucho tiempo se difundió la creencia de que la homosexualidad de los hijos era un castigo por algún pecado realizado por los padres, o que llevaba a que los individuos disidentes sexuales fueran ocultados o que su vínculo con la familia se negara y se les expulsara de sus viviendas. Una de las justificaciones que las iglesias han tomado para admitir esta postura es el pasaje bíblico de Sodoma y Gomorra (Génesis 19), ciudades que fueron castigadas porque sus habitantes eran depravados sexuales, al querer fornicar con los ángeles que había mandado Dios. “En el caso del cristianismo, las diversas ramas católicas y protestantes, justificadas en el pasaje de Sodoma y Gomorra, hacen a un lado otras enseñanzas de su libro sagrado como las enseñanzas de amar a Dios y al prójimo como a sí mismo que evitaría la aversión a las diferencias” (González, 2016, p. 283). Escudados tras este fragmento de la Biblia, obispos, sacerdotes y adeptos religiosos acusaban de manera pública a las personas que ejercían una sexualidad no-normativa; inclusive, se utilizaba la palabra *sodomita* para señalar a los homosexuales, pues hasta 1869 no existía el término *homosexual*.

El Catecismo promulgado por el papa Juan Pablo II tiene un apartado titulado Castidad y homosexualidad, donde se describe lo que la Iglesia católica romana entiende como homosexualidad y actos homosexuales, el deber ser de la “condición” homosexual y cómo tratar a una persona que es homosexual, donde

se aclara que los individuos homosexuales deben ser tratados con respeto, compasión y delicadeza, así como evitar toda discriminación injusta (Juan Pablo II, 2001, p. 625). No obstante, este respeto y tolerancia “propio” de la enseñanza de Dios no llegó a modificar los discursos de odio ni la discriminación que influenciaban la vida cotidiana. Esto permitió que en ocasiones se cuestionara la moral social a partir de estas declaraciones.

En su momento, los medios de comunicación, e incluso algunos investigadores de universidades, se pronunciaron a favor de la postura clerical de la Iglesia católica romana para hacer ver que las disidencias sexuales obtuvieron el castigo que merecían por su promiscuidad y su vida de libertinaje con la epidemia del virus de la inmunodeficiencia humana (VIH) y el sida.

Voceros de este discurso pertenecían a sectores de la sociedad notoriamente conservadores, como la Iglesia católica, quienes vieron en la enfermedad una venganza natural contra el comportamiento de los homosexuales. Por ejemplo, el nuncio papal en México declaró en 1985: “El sida es el castigo que Dios envía a los que ignoran sus leyes [...], el homosexualismo es uno de los vicios más grandes que condena la Iglesia” (Diez, 2011, p. 701).

Esta idea ha durado mucho tiempo en la conciencia de gran parte del mundo, incluido México. La semilla de este juicio ha crecido al grado de que se ha menospreciado a las personas que viven con VIH y sida, quienes son víctimas de insultos y del rechazo de sus propios familiares. La influencia social de esto ha impactado de manera que dentro de algunas iglesias se organizan cursos, talleres y campamentos para “convertir” a las personas homosexuales, donde se utilizan un sinnúmero de frases e ideas discriminadoras que hacen alusión a “volver heterosexuales” a estos individuos (por ejemplo, se vende la idea de que en estos cursos “se les revierte lo joto” [sic]).

Estos grupos de conversión violan los derechos humanos de los participantes, a la par que utilizan discursos religiosos y de fe para justificar sus propósitos. A pesar de que se han desmantelado varios de estos lugares, aún se pueden encontrar iglesias que ofrecen estos servicios de conversión, donde algunos inclusive llegan a afirmar que pueden “sacar los demonios” de las personas disidentes sexuales.

Aún muchas iglesias en ese país y alrededor del mundo niegan que las personas cuyas preferencias sexuales no encajan en su idea de “naturaleza” sean parte de las mismas o despliegan formas de “curación” a la homosexualidad. Los discursos desde el cristianismo no han trascendido, en la mayoría de los casos, las ideas de las disidencias sexuales como aberraciones al orden natural divino (González, 2016, p. 283).

Esto ocasiona que las personas con sexualidades no-normativas se alejen de las religiones y de la espiritualidad, ya que no es grato estar en un lugar donde constantemente se es atacado en público. Algunos de estos individuos optan por quedarse sin ninguna adscripción religiosa, en ciertos casos se mantiene la creencia en Dios, lo que, a su vez, corresponde con una tendencia general en el campo religioso, en la que el número de personas sin religión va en aumento (Bárceñas, 2016, p. 100). Sin embargo, para aquellos con sexualidades disidentes que continúan en busca de la espiritualidad, se pueden encontrar grupos religiosos en los que la homosexualidad es bien vista.

La historia de estos movimientos religiosos inicia en la década de 1960, junto con los movimientos estudiantiles y de las minorías sociales. En este sentido, comenzó un cambio de conciencia social, en el que mudaron todas las “normalidades” culturales; es decir, así como se empezó a juzgar sobre el papel de la mujer en la sociedad, se cuestionó sobre la postura cerrada y mal justificada de la Iglesia ante la creciente comunidad lésbico-gay. En ese momento histórico, en que la homosexualidad era castigada y debía ser escondida, se llevaron a cabo las primeras reuniones de pequeños grupos que buscaban los cambios sociales, pero que también tenían necesidades espirituales.

A pesar de que algunos individuos podían “haber tomado posición contra el reciente rechazo teológico de los actos homosexuales, ya como resultado de la familiaridad con una tradición más antigua o simplemente como desafío a una actitud eclesiástica que juzgaban injusta” (Boswell, 1992, p. 305), muchos otros buscaban un cambio social en la esfera pública de la espiritualidad ante los discursos que se pronunciaban en contra del movimiento lésbico-gay. Pese a las restricciones del gobierno estadounidense hacia la comunidad LGBT+, algunos de sus

integrantes se reunían de forma clandestina en casas, con la finalidad de llevar a cabo cultos religiosos y espirituales.

Estas reuniones fueron actos de declaración política en contra del sistema opresor en el que se encontraban, con lo que se inició un discurso político unido al religioso. En estos grupos se realizaban manifestaciones ante el posicionamiento de la Iglesia católica romana, como efectuar el sacramento del matrimonio entre personas del mismo sexo.

El 6 de octubre de 1968, en Los Ángeles (California) se realizó el primer servicio de la ICM [Iglesia de la Comunidad Metropolitana], encabezado por Troy Perry, su fundador, con la asistencia de doce personas. Desde este año, Troy Perry determinó que uniría en matrimonio a parejas del mismo sexo como un sacramento y como un acto de protesta no violenta contra la discriminación de su comunidad. El primer matrimonio entre personas del mismo sexo se realizó el 3 de diciembre de 1968, uniendo a dos hombres mexicano-americanos en Los Ángeles (Bárceñas, 2014, p. 36).

Con las reuniones políticas de la Iglesia de la Comunidad Metropolitana (ICM) en pro del movimiento lésbico-gay, comenzaron a desarrollarse grupos de diferentes religiones que apoyaban el movimiento, aunque fue la ICM la que logró propagarse con más facilidad. Esto abrió la discusión sobre si estos grupos deberían ser o no exclusivos para la comunidad lésbico-gay. “Aun cuando la ICM nació como una iglesia para gays y lesbianas, y durante toda su trayectoria ha priorizado el trabajo con personas LGBT, como lo señala el obispo para Iberoamérica, Rev. Héctor Gutiérrez, la ICM se define a sí misma como una iglesia radicalmente inclusiva, en la que todos son bienvenidos” (Bárceñas, 2014, p. 37).

Con estos grupos religiosos se inició un movimiento dentro de la teología que buscaba una nueva perspectiva de los estudios bíblicos y de las normas que se habían impuesto por las religiones, así como la recompensa de los estratos sociales que se definían en esos momentos. En la actualidad, pueden encontrarse grupos espirituales y religiosos que son abiertamente para personas de la comunidad LGBT+, y otros que se declaran a favor de la diversidad sin poner atención en las disidencias sexuales.

Los integrantes de las comunidades religiosas son quienes buscan un nuevo modelo de espiritualidad, en el que todos tengan oportunidad de entrar en el reino de Dios. Estas teologías de la disidencia sexual tienen como antecedente las teologías surgidas en Estados Unidos después de las revueltas de Stonewall en 1969: “las primeras en surgir fueron las teologías gays que, aunque defendían los derechos de los homosexuales a vivir libremente su fe, sin ser perseguidos o expulsados de las diversas religiones a las que pertenecían, no realizaban una crítica al *statu quo* en el que vivían” (González, 2016, p. 288). Cabe mencionar que estas se han desarrollado, sobre todo, entre cristianos protestantes, “esto puede ser en buena medida por los castigos que la Iglesia católica ha impuesto a quienes se han declarado abiertamente homosexuales” (p. 288).

De esta manera es como surge la teología de la liberación, con una conciencia crítica por parte de las personas que pertenecían a los grupos religiosos ante los discursos de odio y los rechazos en contra de quienes se habían declarado de forma pública como homosexuales. Al igual que los movimientos de liberación y la teoría *queer*, la teología de la liberación surge “de un movimiento dentro de las iglesias cristianas en América latina que se centra en la búsqueda del reino de Dios en la tierra a través de procesos de liberación de los oprimidos” (González, 2016, p. 286).

Con esta nueva forma de ver la religiosidad, comenzó a cambiar la “normalidad” de los estándares establecidos; además, se favoreció la reestructuración en los campos académicos, lo que dio oportunidad de que la teología de la liberación se apoyara en estos nuevos conceptos para desarrollarse con mayor facilidad. Por ejemplo, el historiador John Boswell inició un estudio de cómo era vista la homosexualidad desde la Iglesia; en su libro *Cristianismo, tolerancia social y homosexualidad* (1992), hace un recorrido histórico de la manera en la que se ha visto la homosexualidad y cómo se ha justificado de diferentes formas por la Iglesia católica. Boswell es de los pocos, o posiblemente el único, que busca reivindicar la homosexualidad y la religión; no obstante, tras su fallecimiento, se interrumpió la continuidad de este tipo de estudios. Fue hasta hace poco que se empezaron a retomar los temas de la diversidad sexual y la religión en el ámbito académico.

La teología de la liberación se caracteriza por mantener un diálogo entre las diferentes teologías y las distintas religiones, así como por seguir las ideologías de cada grupo en los que inicia, donde cada uno analiza desde su perspectiva lo religioso, pero sin interponerse y autodenominándose como aliados. Esta situación abrió una de las primeras oportunidades para que las mujeres laicas tuviesen influencia dentro de los estudios teológicos, que eran exclusivos para monjes, monjas y sacerdotes. Gracias a estas agrupaciones, se analiza la Biblia desde la perspectiva feminista para cuestionar temas como la posición de María Magdalena, la existencia de Lilit, las formas en las que la Iglesia se ha encargado de menospreciar el papel de la mujer e, incluso, cuestionan el género sexual de Dios; además, dentro de estos grupos las mujeres pueden ser sacerdotisas y las monjas pueden cultivar y vender marihuana.

Asimismo, se consintió la creación de comunidades que brindaran apoyo a las mujeres para cruzar la frontera, y les facilitaran medicamentos anticonceptivos en caso de ser violadas. En resumen, la formación de conjuntos religiosos que trajó esta teología admitió la creación de grupos espirituales en donde la homosexualidad y las disidencias sexuales no fueran condenadas, ni se divulgaran discursos de odio hacia ellas. Con la entrada de las mujeres y las minorías sociales al ámbito religioso, fue cuestión de tiempo para que este cambio también se diera en el campo de la teología, donde se comenzó a buscar la salvación para estos grupos minoritarios.

“Tanto las mujeres empobrecidas y racializadas como los disidentes sexuales y de género han encontrado formas de construir religiosidades que expresen de mejor forma su fe, y comprender a su vez lo que hacen las iglesias establecidas, muchas veces de forma clandestina y otra como desviaciones dentro de la religión que practican” (González, 2016, pp. 282-283). Esto permitió la gestación de un cambio con respecto al entendimiento del cuerpo, su uso y su placer, así como de la identidad sexual y del género.

Además de cambiar el papel de la mujer en los campos espirituales, gracias a que la “desestabilización de los binomios de género ha servido también para

mostrarnos que un cuerpo feminizado se convierte en blanco de violencia” (González, 2016, p. 285), también se empezaron a juzgar y analizar estándares como la monogamia, la heterosexualidad, la reproductibilidad de las parejas, la función de las familias, etcétera. Esto generó una coyuntura que dio la oportunidad al amor entre parejas sexualmente disidentes. “La teología *queer* de liberación lo que buscaba entonces era desestabilizar la forma en la que se ha construido la fe, apelando al amor, a la solidaridad, a través de un concepto que resulta clave desde el desarrollo de las teologías gay y lesbianas: amistad” (González, 2016, p. 291).²

Dentro de la teología de la liberación, apoyada con los estudios *queer* y de género, se cuestiona el uso del cuerpo y la genitalidad dentro de la religiosidad. En el contexto mexicano, se hizo ver que una de las funciones del cuerpo era trabajar para pagar el diezmo a la Iglesia, y el sexo fue reducido a la procreación, por lo que se condenaban todas aquellas prácticas que no condujeran hacia la generación de nuevos fieles. “Lo *queer* tiende a entender el amor, la familia, la confianza y el respeto sobre una base, en la cual la centralidad del placer es la clave, en la que la diversidad es su nota característica y el apoyo entre sus miembros permite ampliar la base de protección” (Henríquez, 2011, p. 137).

La satisfacción sexual es primordial para la teología de la liberación, ya que se afirma que con el placer entre las parejas es posible llegar a otro nivel espiritual. Así es como se reconfigura el estricto sentido en el que se tenía el matrimonio, la familia, los métodos anticonceptivos, la masturbación, la poligamia, el dar la posibilidad a los divorciados o viudos de poder casarse, entre otras cosas. Los creyentes pertenecientes a la comunidad LGBT+ “revelan que, en la configuración de su identidad, el placer que conlleva un libre ejercicio del cuerpo y de la sexualidad, así como la libertad para amar sin condicionamientos morales heteronormativos, es tan importante como sus creencias religiosas” (Bárceñas, 2016, p. 100). A partir de esto se podía ejercer el uso de su cuerpo según el entendimiento de cada persona.

² La idea de la amistad entre iguales es un tema retomado por John Boswell en su libro *Las bodas de la semejanza* (1996), donde estudia los vínculos de unión y la existencia de un ritual religioso en la época premoderna, donde se podían casar de manera oficial. Este ritual es traducido como vínculos de unión o de hermanamiento, pero la palabra original es *brotherhood*.

Dentro de la teología de la liberación una de las aspiraciones a las que se quiere llegar es que el matrimonio y la adopción entre iguales sean vistos como algo aceptable dentro del canon religioso. Esto debido a que resulta necesario reconocer que en las personas LGBT+ adscritas a estas iglesias “destaca una particular convicción religiosa y espiritual; también tienen la necesidad de adscribirse a ciertos sentidos construidos por la tradición, por el contexto histórico y cultural, a ciertas normas” (Bárceñas, 2014, p. 38). A pesar de que se intenta darles un giro a los arquetipos impuestos, aún se busca la posibilidad de ser reconocidos y normalizar su existencia. Es decir, se está buscando re-construir las normas y los paradigmas heteronormativos para que las personas sexualmente disidentes puedan acceder a estos sacramentos de la fe.

Dicha disputa se intersecta con dos de las grandes tendencias en el campo religioso: la institucionalización y la desinstitucionalización religiosa. En el primer caso están las iglesias para la diversidad sexual en sus variadas adscripciones religiosas (católica, judía, mormona, evangélica, etcétera), que algunas ocasiones no escapan al proceso de transnacionalización religiosa y que a través de su posición heterodoxa en el campo religioso realizan una importación y re-significación del capital religioso. Asimismo, dependiendo de su ideología religiosa pueden participar en el espacio público para la institucionalización de una moral sexual heterodoxa y post-heteronormativa (Bárceñas, 2016, p. 93).

Al modificar los paradigmas establecidos cabe la posibilidad de convertirse en parte de la sociedad; además, así como se influyó para ver de manera negativa la disidencia sexual, podría lograrse un cambio en la forma de entender lo diferente como una situación común. Estos grupos religiosos no-normativos buscaban darles un sentido espiritual y una guía a las personas que han sido discriminadas y segregadas por los mensajes y sermones de las iglesias normativas.

La variedad de las iglesias y los grupos espirituales para la diversidad sexual y de género viene a develar que la necesidad de trascendencia que garantizan

los bienes de salvación no es exclusiva de los sujetos heterosexuales, pues a fin de cuentas, las personas LGBT comparten un contexto histórico y cultural en el que las normas religiosas y la creencia en un poder superior han sido herramientas esenciales para dar un orden al mundo social, así como a las identidades individuales y colectivas (Bárceñas, 2014, p. 38).

En la actualidad, en México se pueden encontrar grupos religiosos disidentes de casi cada una de las religiones más populares del país; la diversidad de grupos espirituales permite que las personas encuentren refugio de las humillaciones de los grupos católicos conservadores.

En México, el incremento de la diversidad religiosa, así como la creciente visibilidad de la multiplicidad de identidades sexuales y de género, se entrelazan para mostrar cómo, a diferencia de lo que el catolicismo ha establecido históricamente, en algunas iglesias se ha producido una inclusión de la diversidad, a través de marcos morales en los que la heterosexualidad deja de ser el eje articulador de las normas, de los valores y de las representaciones que marcan el bien y el mal, lo aceptado y lo no aceptado, lo sancionable y lo que se inscribe dentro de la libertad individual (Bárceñas, 2014, pp. 37-38).

Como ya se describió, existe una inquietud dentro de los grupos espirituales en apoyo a la diversidad sexual. A diferencia de la ICM, que es el grupo de mayor afluencia, hay congregaciones pequeñas como la Iglesia Católica Antigua del Río de la Plata (ICARP), o de reciente creación como la Casa de Gracia Incluyente, que buscan ser reconocidas por su misma religión; por ejemplo, está el Grupo Afirmación en el caso de los mormones, aunque no se tiene conocimiento de estos grupos en otros colectivos religiosos.

La teoría de género cambió el entendimiento del cuerpo y la forma de percibirlo. Desde la perspectiva crítica que permite la teología de la liberación, se puede entender la religiosidad y, por tanto, se abre el camino para cuestionar los arquetipos de los santos y sus vidas, y cómo ha sido su incorporación en la cotidianidad de la diversidad.

Metodología

Para entender, estudiar y analizar los procesos de difusión y apropiación de las imágenes de santos heterodisidentes, se llevó a cabo un estudio de caso en la ICARP en Cuernavaca, Morelos, fundada hace más de 35 años y dirigida por el obispo Alfonso Leija Salas, quien realiza sacramentos dentro y fuera del templo, siempre con un discurso positivo y progresista. Esta congregación es reconocida por ser abiertamente para personas disidentes sexuales y para marginados sociales, y es el único espacio en la ciudad, e incluso en el estado, que tiene especial interés en reivindicar la imagen de las personas LGBT+ en la sociedad.

Además de ofrecer servicios religiosos, la iglesia trabaja con ancianos, indígenas, personas en situación de calle, artesanos y personas de las poblaciones LGBT+; asimismo, desarrolla labores de servicio social, como el acompañamiento, la entrega de alimentos y la vinculación con dependencias gubernamentales para las poblaciones marginadas, y campañas de prevención, detección y acompañamiento para personas con VIH y sida. Debido a la integración que ha hecho la iglesia de la comunidad LGBT+, se optó por trabajar con la ICARP, por ser un espacio para estudiar y analizar los procesos de apropiación de las imágenes de los santos heterodisidentes entre sus adeptos.

De acuerdo con Rojas (2011), la población para el estudio se considera como la totalidad de los elementos que poseen las principales características objeto de análisis, donde sus valores son conocidos como parámetros. Los fieles de la ICARP, además de ser asiduos a sus instalaciones, también interactúan a través de las redes sociales. En la página para seguidores de la ICARP se comparte información de la cuenta personal del obispo y del sitio la Colectiva Diversa Morelos, donde se encuentran actividades de la ICARP y su trabajo de activismo social. Según Guber (2005), ambas páginas constituyen la unidad de análisis, entendida como:

el ámbito donde se realiza la investigación de campo. [...] es un poblado, una aldea, una tribu [...]; la unidad de estudio remite a un acotamiento territorial: una extensión de tierra (una localidad, un poblado, un predio), un ámbito

donde se concentra un grupo humano (un edificio de departamentos, un barrio de monoblocks) o una institución con correlato espacial circunscripto (un hospital, una escuela) o disperso (un partido político, una grey religiosa) (pp. 63-64).

A esta unidad se le aplicó la técnica de divulgación en dos fases. La primera fue análoga-*offline*, donde se relató a los miembros de la iglesia de forma interpersonal la historia de los santos Sergio y Baco, David y Jonatán, Felicitas y Perpetua, y se regalaron estampas de ellos. La segunda fase, digital-*online*, se realizó en las redes sociales de la ICARP, donde se dio a conocer la existencia de los santos heterodisidentes, su imagen y su historia mediante una publicación por cada pareja.

Posteriormente, se aplicó una encuesta tipo Likert, de acuerdo con la propuesta de cuestionarios de Sampieri (2014):

Consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios, ante los cuales se pide la reacción de los participantes. Es decir, se presenta cada afirmación y se solicita al sujeto que externé su reacción eligiendo uno de los cinco puntos o categorías de la escala. A cada punto se le asigna un valor numérico. Así, el participante obtiene una puntuación respecto de la afirmación y al final su puntuación total, sumando las puntuaciones obtenidas en relación con todas las afirmaciones (p. 238).

El instrumento se aplicó durante la decimocuarta Marcha de la Diversidad, en la ciudad de Cuernavaca, a través de internet, por las redes sociales de la ICARP, con la finalidad de conocer la frecuencia de uso de estas y los hábitos de replicación de la población LGBT+. De los cuestionarios, 100 de ellos fueron aplicados *offline* y 66 *online*. La muestra *offline* se asignó a las personas que son asiduas de la iglesia y a las encargadas de las actividades en la ICARP en sus diferentes áreas de organización y acción, debido a que estas tienen más tiempo en la agrupación y conocen las lógicas de las actividades que emprenden. Con la estrategia de autoselección de los informantes, se integró la muestra por oportunidad que, de acuerdo con Guber (2005), “consiste en que un individuo se ofrece a dar información e incluso llega a colaborar como recolector de información” (pp. 74-75).

Para la aplicación *online* se desarrolló un muestreo por racimos, procedimiento que ayuda cuando los estudios son a gran escala (Soriano, 2011, p. 293), ya que se trabajó en un campo virtual y no se conocía el alcance total de este. La encuesta se difundió en la página para seguidores de la ICARP, y a partir de ello fue replicada en grupos religiosos pro-LGBT+ en Facebook. Posterior a esto, a partir del último cuestionario se realizaron diferentes actividades y publicaciones en las redes sociales elegidas, con el propósito de dar a conocer tanto los relatos míticos como las imágenes de los santos mencionados.

Al estar cerca de la conclusión de la investigación se realizó otra encuesta con el objetivo de confirmar o negar la hipótesis que se planteó para este trabajo: en las personas de sexualidad disidente existe la necesidad de tener a un santo con su misma orientación, que les sirva como una brújula o guía de vida. Este instrumento se aplicó *offline* a 20 participantes de la ICARP en las instalaciones de la iglesia y contaba con quince reactivos, con cinco respuestas posibles: totalmente de acuerdo, de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Nueve de estos ítems sirvieron para saber la orientación sexual del participante, su conocimiento de la historia del movimiento LGBT+ y la identificación o apropiación que podía tener con los símbolos de la comunidad gay (la bandera del orgullo, el triángulo rosa, etcétera). Estos reactivos fueron:

- 1) Me identifico como gay/bi/trans
- 2) Conozco la historia del movimiento LGBT+
- 3) Me identifico con la comunidad LGBT+
- 4) Me siento parte de la comunidad LGBT+
- 5) Conozco el movimiento crítico LGBT+
- 6) Me siento identificado con la bandera del orgullo
- 7) Utilizo la bandera para demostrar mi orientación sexual
- 8) Conozco la historia del triángulo rosa
- 9) Me identifico con el triángulo rosa

Los seis reactivos restantes se diseñaron para identificar si la población de la ICARP considera que la existencia de estos santos ayuda a tener mayor arraigo de la fe, si tiene conocimiento y apropiación de los santos heterodisidentes:

- 1) Me identifico como una persona religiosa
- 2) Pienso que debería haber santos para la diversidad sexual
- 3) Conozco algún santo gay
- 4) Creo en los santos gay
- 5) Me identifico con los santos gay
- 6) Considero que tener santos LGBT+ hacen que aumente mi creencia en la fe

Los santos y sus características

A pesar de que México se reconoce por ser un Estado laico, las decisiones con respecto a las modificaciones a las leyes y las políticas públicas se ven influenciadas por la doctrina católica, ya que esta es la religión hegemónica desde siglos atrás en este país. Ejemplos de esto se dieron en la década de los ochenta, cuando la Iglesia católica romana y sus representantes se opusieron a las campañas de publicidad del sector salud para el uso de métodos anticonceptivos (Monsiváis, 2010), pues argumentaban que se atentaba contra los procesos de procreación, y con ello se daba pie a la libertad sexual. Otra muestra de este tipo de manipulación se dio en las homilías³ contra las personas portadoras del VIH y las víctimas del sida, donde se argumentaba que esta enfermedad era un castigo divino; la influencia fue tanta que algunos actores le llamaron “el cáncer rosa” (Diez, 2011, p. 701). Lo anterior ha contribuido a generar un discurso de odio que se ha propagado de forma eficaz en las redes sociales, dirigido específicamente a las comunidades LGBT+ y a todas las diversidades sexuales.

³ Las homilías son discursos proclamados durante el rito de la eucaristía, a partir de la interpretación personal que los clérigos realizan de las lecturas bíblicas, que los fieles reciben como una doctrina en su quehacer que como creyentes católicos deben seguir.

Desde esta cultura hegemónica se han normalizado algunos preceptos como la heterosexualidad, el color de tez, el matrimonio, la familia, la clase social, el catolicismo, entre otros. Foucault, en su libro *Power/Knowledge. Selected interviews and other writings 1972-1977* (1980), afirma que esos dispositivos son parte de las “tecnologías de poder”, donde el concepto de tecnologías debe entenderse como el instrumento que nos impone un régimen ideológico; es decir, hay medios como el contexto, la familia, la política o la religión que, a partir de diferentes “aparatos de control” como el arte, el cine y la publicidad, imponen ideologías diferentes de nuestro *deber ser* y nuestro *quehacer* del cuerpo (Lauretis, 1989). Estas tecnologías del control son muy útiles para disciplinar el cuerpo y la individualidad de las personas. Es así que el campo de la religión católica cristiana impone un modelo de lo que debe considerarse como “santo”.

Según el canon católico, los santos son personas que siguen las reglas de la doctrina católica cristiana, cuyos actos se apegan a las normas morales de la fe, de la que jamás dudaron, al grado de defenderla ante toda circunstancia; con base en estas acciones, los santos se encuentran en un grupo separado de personas (Douillet, 1959). En la época de la Iglesia católica romana primitiva, a aquellos individuos que murieron o fueron torturados por defender la fe se les comenzó a llamar santos (Réau, 2000). Es durante este período que circularon muchos rumores e historias en torno a estos personajes, denominados relatos míticos, los cuales fueron recopilados a manera de biografía –llamadas hagiografías– donde se sumaban los milagros que habían realizado. Uno de los mayores recopiladores de relatos míticos fue Santiago de la Vorágine, quien, en su libro *Leyenda dorada* (1884), reúne de manera romántica y novelesca todos los relatos míticos y las biografías de estos personajes según la fecha en que se encuentra su celebración.

En México se ha observado que las figuras de los santos, desde la doctrina religiosa católica, son personas que se convirtieron a una “vida santa” según las normas impuestas por la Iglesia, y que a lo largo del tiempo se transformaron en ejemplos de vida para los “buenos cristianos” (Douillet, 1959). De esta manera, los fieles se pueden identificar con personajes que son “similares” a ellos, a los que se les pueden hacer peticiones o favores a cambio de algo; en ocasiones se les ofrece

dinero o un gran esfuerzo físico, como una larga caminata por la ciudad o andar de rodillas hasta llegar a la capilla del santo a quien se hizo la petición, mientras que a otros se les hace entrega de ofrendas en especie: dejan pedazos de cabello, de mantos o de pañales, en agradecimiento a los favores recibidos.

En el contexto mexicano se ha desarrollado una ideología católica romana en la que han sido importantes los santos, lo que ha permitido fortalecer esta doctrina. Estos personajes, además de imponer una forma del *deber ser*, han fomentado la estandarización de un arquetipo de imagen, puesto que las características de estos personajes se distinguen por ser de tez clara, de estatura alta y de cabello lacio.

El único santo afrodescendiente es San Martín de Porres, y en la mayoría de sus representaciones se muestra con la piel de color café, en ocasiones más clara que oscura; asimismo, este santo se personifica con una escoba en las manos dentro de una habitación, cuando a los demás se les escenifica en diferentes espacios abiertos. Respecto a las santas mujeres, en comparación con los masculinos, son pocas y en su mayoría son vírgenes, lo que posiciona la virginidad femenina como un *deber ser* de estas, en lo que se conoce como el martirio blanco.⁴

Debido a la relación conflictiva que históricamente ha existido entre la diversidad sexual y la Iglesia, esta no reconoce a las personas con ciertas cualidades que han asumido un género distinto (por ejemplo, Juana de Arco), que desde la perspectiva de género y la teoría *queer* se pueden definir como disidentes de género. Además, cabe destacar que no hay santos con discapacidades físicas o intelectuales.

Ante la insatisfacción y la corrupción de las agrupaciones religiosas, los grupos minoritarios han buscado santos populares, que no han sido autorizados por la Iglesia católica romana y que por su propia naturaleza no podrían pasar por el largo proceso burocrático para ser parte del santoral católico cristiano. Sin embargo, para los que creen en ellos, este proceso no es de gran relevancia, pues se ven reflejados en la imagen de estos santos, en una especie de empatía con el personaje en cuestión.

⁴ El martirio blanco es cuando una persona mantiene su castidad hasta el final de su vida; se cree que de esta manera se mantiene la pureza de la persona. Este es un requisito para las mujeres que quieren pertenecer a la vida religiosa.

Como respuesta a los hechos que se han suscitado en este contexto, en el norte de México ha crecido la popularización de Jesús Malverde, el Niño Fidencio y la Niña Blanca o la Santa Muerte.

Las acciones que buscan resignificar a los personajes o imágenes se pueden traducir como actos de disidencia ante los estándares que han predominado en la Iglesia católica sobre quienes pueden ser santos. Ante ello, surge la necesidad de acuñar imágenes religiosas para la disidencia sexual; esto puede satisfacerse al utilizar a parejas de santos como David y Jonatán, Perpetua y Felicitas, y Sergio y Baco. Es importante recalcar que estos personajes se encuentran dentro del canon oficial de la Iglesia católica romana y son objeto de análisis como parejas que, de manera simbólica, realizaron un ritual de hermanamiento, algo similar a una boda entre parejas del mismo sexo, como lo señala John Boswell en su libro *Las bodas de la semejanza* (1996). Por esta razón, para designarlos se ha acuñado el término *santos heterodisidentes*.

La propuesta de estos santos corresponde a los grupos con más números de personas dentro de la disidencia sexual: David y Jonatán tienen el listón rojo en representación de la lucha contra el VIH y sida, Perpetua y Felicitas son las patronas de las mujeres lesbianas, Sergio y Baco son los patrones de los hombres homosexuales, e incluso de las personas transexuales. Las representaciones de estos personajes se han construido a partir de la iconografía del arte clásico y la incorporación de distintivos especiales (como el listón rojo) para hacer partícipes a las poblaciones disidentes.

Análisis de resultados

La encuesta se aplicó de manera anónima y tuvo como única pregunta cerrada el género de los participantes. Se conformó de tres partes: en la primera se plantearon preguntas que permitieron conocer la orientación sexual, la identidad de género y si estas eran del conocimiento de su familia y amigos; en la segunda se pretendió indagar en su perspectiva hacia la Iglesia católica romana y sobre sus

hábitos religiosos; y en la tercera parte se analizó el uso y la frecuencia con la que utilizan las redes sociales y la replicación de contenidos que hacen en ellas, sección que permitió conocer la asiduidad de compartir este tipo de imágenes en estas plataformas.

Los resultados de las encuestas arrojan los siguientes datos: de los participantes, 27.10% son mujeres, 58.43% son hombres y 14.45% no contestó a esta interrogante; sin embargo, y de acuerdo con los objetivos de la investigación, este reactivo no es definitorio para los resultados. La mayoría de los encuestados (90.36%) se considera parte de la comunidad LGBT+ y solo 6.62% afirmó que no se ve como parte de esta.

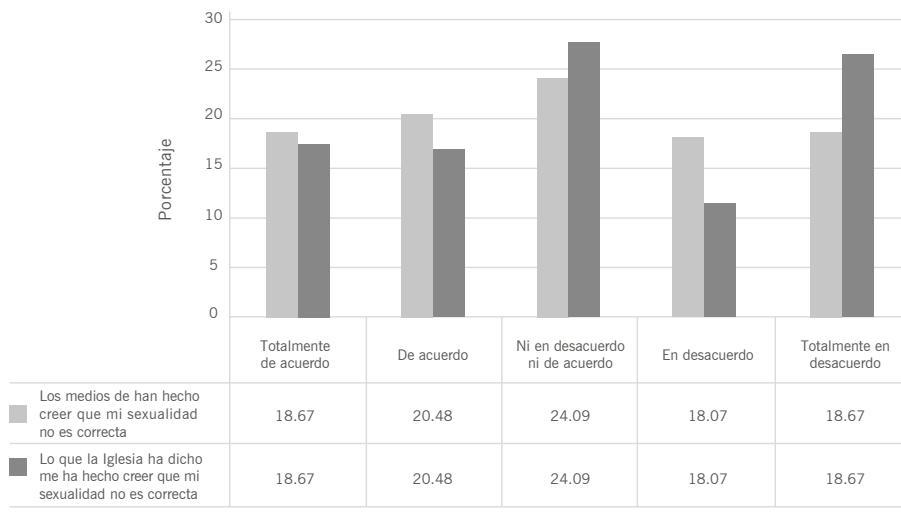
Desde la premisa que tanto la Iglesia como los medios han hecho sentir culpa a los miembros de la comunidad LGBT+ por su sexualidad, se aplicó esta afirmación a los participantes dentro de las encuestas en el reactivo sobre la influencia que han tenido los medios en la percepción de que su sexualidad es incorrecta. Según los resultados, 39.15% está completamente de acuerdo, 36.74% está en desacuerdo y 24.09% no está ni a favor ni en contra de esta aseveración. La conclusión inmediata que se puede tener de esto es que los discursos de los medios ya no tienen gran influencia en el sentir de las personas de esta comunidad.

En relación con el supuesto sobre si los discursos de la Iglesia hacen sentir que su sexualidad no es correcta, 34.32% afirma que está de acuerdo, 37.94% que está en desacuerdo y 27.71% que no está de acuerdo ni en desacuerdo (ver gráfica 1). Esto denota que ya no se les concede mucha importancia a los discursos de odio y segregación que históricamente se han emitido desde la Iglesia, pero que aún existe un rechazo de la población LGBT+ hacia grupos o instituciones religiosas.

Lo anterior puede deberse a que, al ser parte de las diversidades sexuales, durante mucho tiempo se les ha rechazado, lo que ha generado heridas en esta población que pueden ser el origen del resentimiento y desapego hacia estas prácticas. Al comparar estos reactivos, es importante notar que, por un pequeño margen, los resultados consideran que la Iglesia tiene mayor influencia que los medios de comunicación, a pesar de que sus discursos y contenidos ahora son más abiertos y tolerantes con la diversidad sexual.

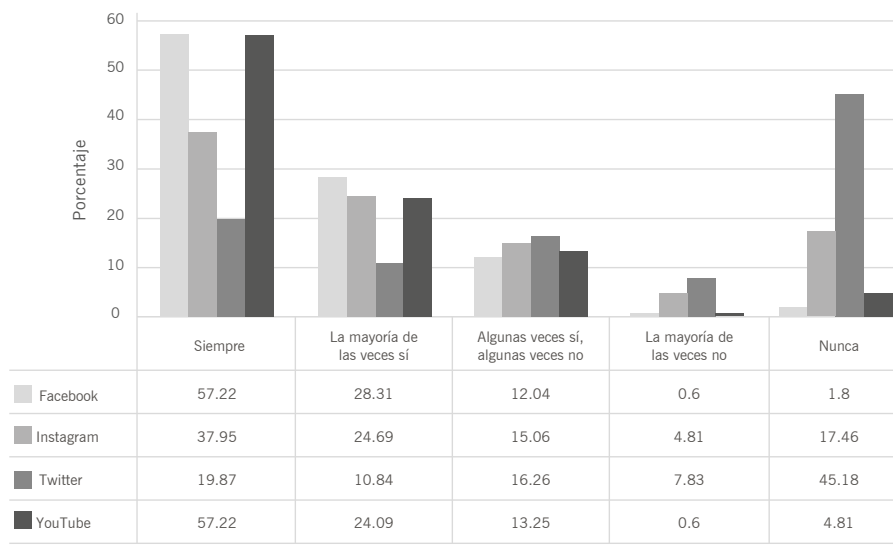
Respecto al uso de las redes sociales para definir el papel de la viralización en la difusión de las imágenes de los santos heterodisidentes, se obtuvieron los datos que se describen en la gráfica 2. Para analizarlos se tomaron como base los reactivos de la encuesta sobre la frecuencia de uso, que dieron como resultado que 57.22% de los participantes usan Facebook, 37.95% emplea Instagram, 19.87% utiliza Twitter y 57.22% maneja YouTube.

En cuanto al uso de las redes sociales en los ítems de “Lo que comparto en internet es...”, se logró obtener los datos sobre las cosas que esta población comparte en esos medios. En la gráfica 3 se puede ver que 15.05% dice compartir archivos *gif*, 21.68% memes, 19.87% videos musicales, 15.05% notas periodísticas, y 12.04% videoblogs. A partir de estos datos, se deduce que lo que se comparte en las redes sociales podría corresponder con lo que el usuario quiere que sepan de él; es decir, no es necesario difundir videos de blogueros, no obstante, sí se comparten videos musicales, ya que el gusto musical corresponde a la pertenencia de un grupo específico.



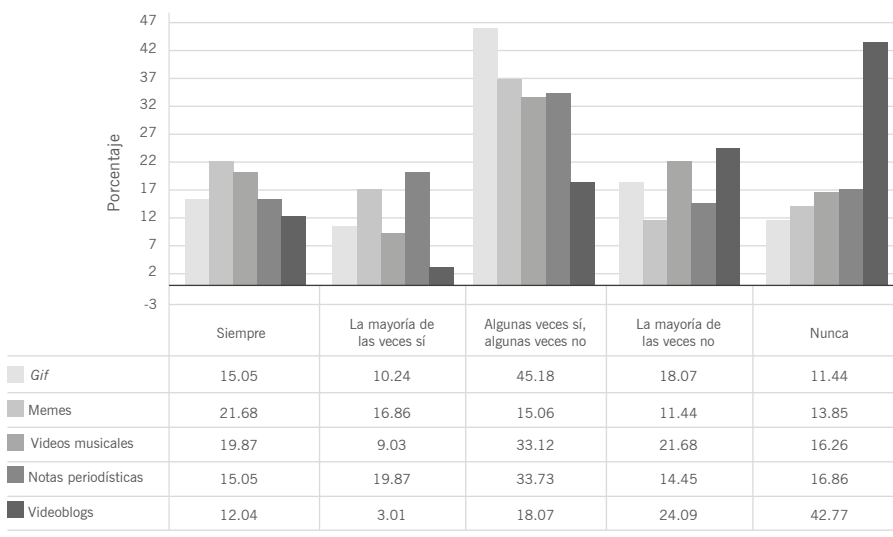
Gráfica 1. Repercusión de la sexualidad.

Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta aplicada.



Gráfica 2. Uso de las redes sociales.

Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta aplicada.



Gráfica 3. Replicación.

Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta aplicada.

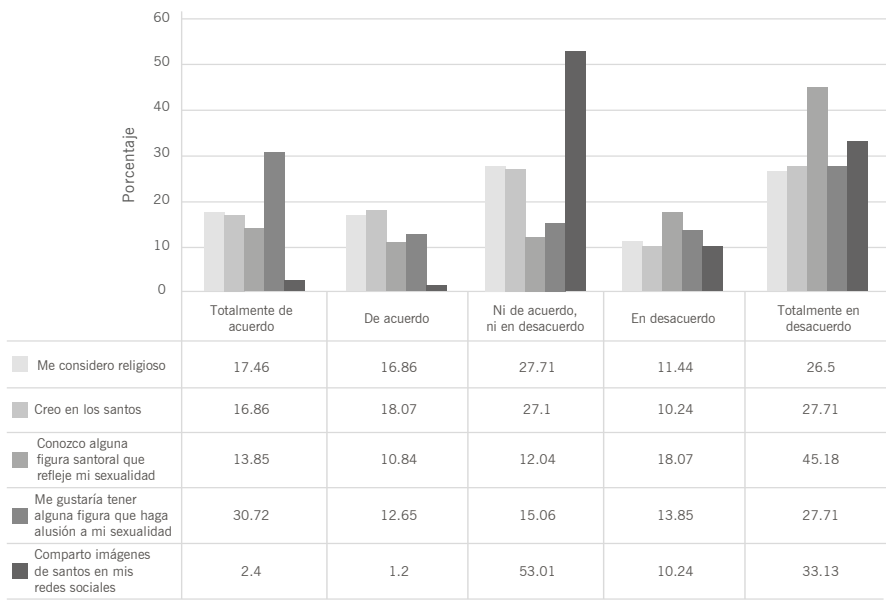
Además, en las respuestas a los cuestionarios se identificó que solo 3.6% comparte imágenes de santos en sus redes sociales, mientras que 43.37% afirma que no las comparte y 53.01% no está en acuerdo ni en desacuerdo con esta práctica. Por ello, se puede deducir que para esta población no es particularmente especial si se comparten o no imágenes de santos, a pesar de que en las redes sociales es frecuente encontrarlas con leyendas similares a: “Comparte esta imagen para pasar todos los exámenes del semestre”.

Sobre los hábitos religiosos de la población encuestada, 34.32% se considera religioso, 37.94% dice lo contrario y solo 27.71% afirma que no está en acuerdo ni en desacuerdo con la idea (ver gráfica 4). Esta situación podría explicar por qué la respuesta a las siguientes afirmaciones se encuentra en los mismos rangos. De la población encuestada, solo 24.69% dice conocer una figura santoral que refleje su sexualidad, 63.25% afirma no conocerla y 23.04% de los participantes no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con conocer personajes similares. Del total de la muestra, 57 participantes se consideran religiosos, de estos, 41 (71.92%) conocen alguna figura religiosa que haga alusión a su sexualidad, frente a las 16 restantes (28.08%) que no conocen ninguna.

El número de personas que respondieron a la afirmación “Me gustaría tener una figura religiosa que haga alusión a mi sexualidad” fue de 72. Estos resultados permiten concluir que, a pesar de que la mayoría de personas de esta comunidad no son completamente religiosas, el interés de identificarse con un santo que tenga su misma orientación sexual se encuentra presente también en individuos que no se consideran religiosos. Con la particularidad de este dato se podría confirmar la hipótesis planteada, pues un porcentaje significativo de miembros de esta comunidad expresa la necesidad de tener a un santo con su misma orientación y que les pueda servir como guía de vida.

Tras esta primera encuesta, se llevaron a cabo algunas actividades: se publicaron *post* en las redes sociales de la ICARP, se comenzó con la difusión de un santo específico por sector de las diversidades, y se organizaron pláticas dentro de los eventos que se realizan en este lugar a lo largo de diez meses. Posteriormente, se aplicó el segundo cuestionario a un grupo de 20 personas, ahora solo a miembros

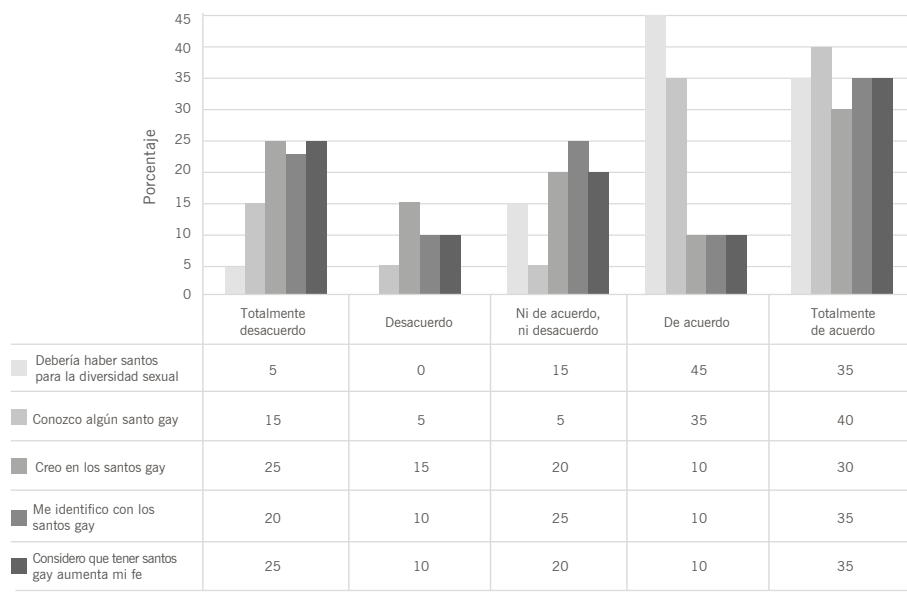
asiduos a esta iglesia, para conocer los procesos de difusión y apropiación de las imágenes religiosas en esta comunidad LGBT+.



Gráfica 4. Hábitos religiosos.

Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta aplicada.

El primer ítem de este segundo instrumento fue: “Debería haber un santo para la diversidad sexual”, a lo que 80% de los participantes estuvo de acuerdo, y tan solo 5% en desacuerdo. Estas cifras muestran que la difusión de estos santos disidentes permeó en todos los sectores: en los asiduos a la iglesia y en los que no acostumbran ir. A partir del enunciado “Me identifico con los santos gay”, 45% dice estar de acuerdo, 30% está en desacuerdo con esta cuestión y 25% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo. Aunado a esto, en la afirmación de “Considero que tener santos gay aumenta mi fe”, 45% está de acuerdo, 35% está en desacuerdo y 20% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con esta idea (ver gráfica 5).



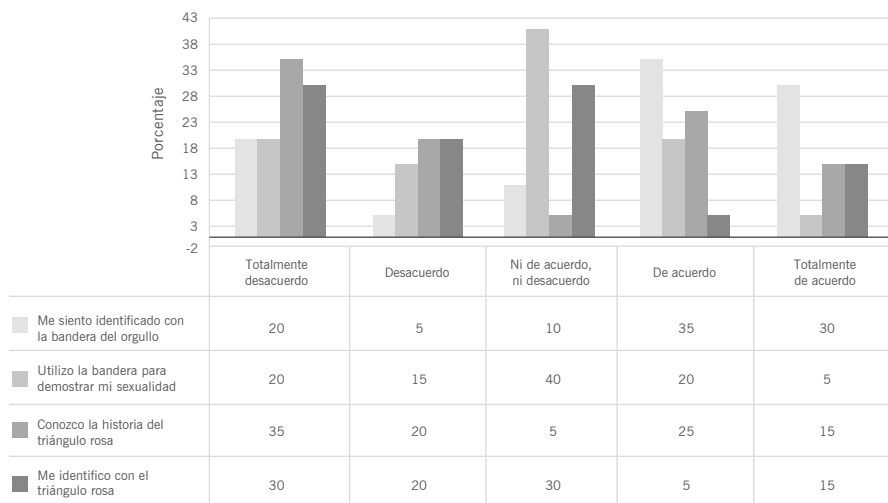
Gráfica 5. Religiosidad.

Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta aplicada.

Resulta interesante cómo a partir de estas estadísticas se confirma la hipótesis de este trabajo. Hay que hacer notar que contar con un santo con una orientación sexual similar, que bajo la creencia popular entiende las necesidades de la población LGBT+, permite que este grupo se sienta identificado con una imagen religiosa, lo que por ende aumenta su fe. Al mismo tiempo, la identificación con un personaje similar a ellos genera un sentido de pertenencia hacia una institución, como la ICARP, y un reforzamiento de la identidad al interior de la población LGBT+, a partir de la afiliación con símbolos e iconos de carácter religioso. A la pregunta expresa de si se sentían identificados con estas imágenes, las respuestas fueron en el siguiente sentido (ver gráfica 6); en el ítem “Me siento identificado con la bandera del orgullo”, 65% afirma estar de acuerdo, y solo 25% de los encuestados asegura que usan este símbolo para demostrar su sexualidad o su orientación sexual.

Esto permite establecer que, aunque se identifican con los símbolos de la diversidad sexual, no hacen uso de ellos. Así, se podría decir que es una respuesta

para mantener un perfil bajo, pues en el contexto mexicano aún es un estigma social pertenecer a este sector de la población. Otro de los hallazgos de la investigación es que hay una identificación con esas imágenes; sin embargo, no son utilizadas debido al rechazo social o al temor de ser señalados como transgresores de la religión católica.

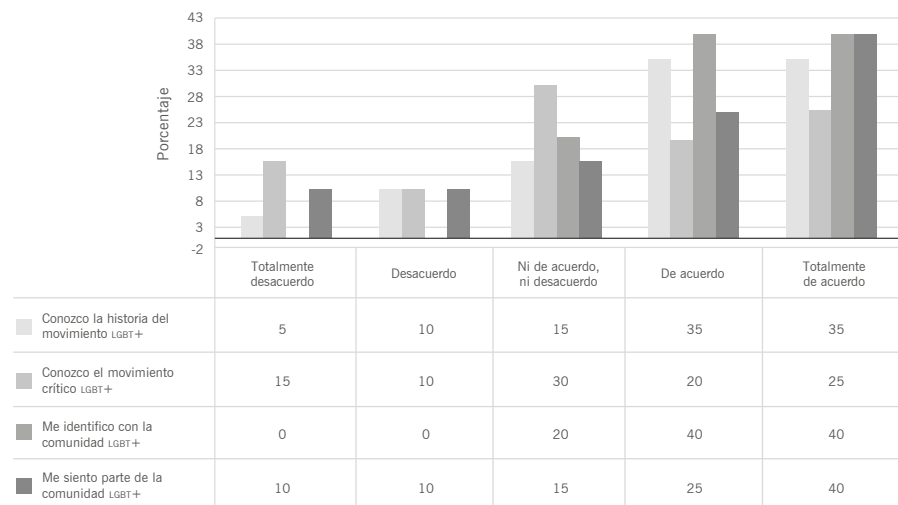


Gráfica 6. Identidad.

Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta aplicada.

Debido a las diversas maneras de pensar del grupo que tomó como muestra este estudio con respecto al género, lo *queer* y la comunidad lésbico-gay, una gran parte de sus integrantes afirmaron no identificarse como miembros de la comunidad LGBTQ+; resulta interesante que de los encuestados que forman parte de la ICARP, 80% manifiesta estar de acuerdo con el ítem “Me identifico con la comunidad LGBTQ+” y 65% afirma sentirse parte de la comunidad (ver gráfica 7). Esto se explica debido a que en la ICARP se brinda un lugar para la libre expresión, un sentido de familiaridad entre todos sus miembros y de espiritualidad afín, lo que les permite realizar pláticas con temas en los que existen vinculación. “En

el lenguaje del sentido común, la identificación se construye sobre la base del reconocimiento de algún origen común o unas características compartidas con otra persona o grupo, o con un ideal, y con el vallado natural de la solidaridad y la lealtad establecidas sobre este fundamento” (Hall, 2003, p. 15).



Gráfica 7. Pertenencia.

Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta aplicada.

Después del análisis de los resultados se puede establecer que en el grupo de personas que forman parte de la ICARP, los santos heterodisidentes tienen una influencia importante en la reconstrucción de lazos espirituales en la población LGBT+; además, estas imágenes dan pie al establecimiento de relaciones interpersonales, ya sea por ser parte de estos grupos minoritarios o por tener temas y preferencias en común, pero sobre todo brindan la oportunidad de generar un lazo de identidad.

Como ya se mencionó, a pesar de enfrentarse a desafíos como la pérdida de identidad colectiva, la población ha configurado una identidad grupal propia,

pero ¿qué significa la pertenencia social? Esta implica “la inclusión de la personalidad individual en una colectividad hacia la cual existe un sentimiento de lealtad. Esta inclusión se realiza generalmente mediante la asignación de algún rol dentro de la colectividad considerada” (Giménez, 1997, p. 13). Con la ayuda de estos espacios, y en especial de la apropiación de estas imágenes religiosas de santos heterodisidentes, se desarrolla un sentido de pertenencia a estos grupos, lo que redundará al final en una especie de identificación hacia el interior de la misma comunidad.

Conclusiones

Los resultados obtenidos en esta investigación demuestran que es necesario tener imágenes de santos heterodisidentes que consientan aumentar la fe de los individuos pertenecientes a la diversidad sexual. Dentro de la muestra que se tomó como parte de las disidencias sexuales, y que en su mayoría conoce la historia del movimiento LGBT+, no se utilizan los símbolos tradicionales para demostrar su sexualidad, ni los individuos se sienten identificados por estos. Ante esto, resulta importante la presencia de imágenes religiosas alternativas con las cuales la comunidad pueda sentirse identificada.

Las nuevas posibilidades que dan estas imágenes abren camino para romper con los estereotipos creados en torno a la diversidad sexual, y generar con esto el respeto y la inclusión hacia este tipo de grupos; al mismo tiempo, permiten la reelaboración de identidades que no se ajustan a los moldes tradicionales, o a las identidades normalizadas. Este sentido de pertenencia que se ha erosionado en las poblaciones marginadas ha iniciado su reconstrucción desde el interior de estas comunidades, como se puede observar en los resultados aquí presentados. Aunque en la consulta con personas de la población LGBT+ se apreciaron conflictos y dificultades, en el grupo de la ICARP las imágenes de los santos heterodisidentes comienzan a dar un sentido de pertenencia e identidad a los integrantes de sexualidades disidentes.

Esto confirma la existencia del lazo entre la espiritualidad y las imágenes religiosas afines en los miembros de la población LGBT+. Cabe recalcar que estos grupos disidentes buscan reconstruir la espiritualidad y dejar de lado el reconocimiento oficial de la Iglesia católica romana, porque entienden que este sistema de creencias no tiene interés por congregarse ni comulgar con nuevas formas de pensamiento. Consideran que la espiritualidad ya no tiene que ver con la religión o la Iglesia, pues comienza a resignificarse una creencia propia. Esto hace que se vuelva una relación dialéctica entre las disidencias sexuales y la religión, ya que la Iglesia no deja de desacreditar a las personas que buscan nuevas formas de religiosidad que las cohesionen como grupo para hacer frente a las creencias tradicionales que las excluyen y estigmatizan por sus orientaciones y preferencias sexuales.

Referencias

- Bárceñas Barajas, K. B. (2014). Iglesias y grupos espirituales para la diversidad sexual y de género en México: intersecciones sobre religión y género. *Revista de Estudios Sociales*, 49, 33-46.
- Bárceñas Barajas, K. B. (2016). Espiritualidades *Queer*: heterotopías de la igualdad en la diferencia. *Ciencias Sociales y Religión*, 18(24), 90-109.
- Boswell, J. (1992). *Cristianismo, tolerancia social y homosexualidad*. Barcelona, España: Muchnik Editores.
- Boswell, J. (1996). *Las bodas de la semejanza*. Barcelona, España: Muchnik Editores S. A.
- Diez, J. (2011). La trayectoria política del movimiento lésbico-gay en México. *Estudios Sociológicos*, XXXIX(86), 687-712.
- Douillet, J. (1959). *¿Qué es un santo?* (T. G. Larraya, Trad.). España: Editorial Casal I.
- Foucault, M. (1980). *Power/Knowledge. Selected interviews and other writings 1972-1977* (C. Gordon, Ed.). Nueva York, Estados Unidos de América: Pantheon Books.

- Giménez, G. (1997). Material para una teoría de las identidades sociales. *Frontera Norte*, 9(18), 9-28.
- González Ortuño, G. (2016). ¿Cómo se vive una fe *queer*? Los retos de las teologías de la liberación. *Revista ultimo andar*, 29, 280-294.
- Guber, R. (2005). *El salvaje metropolitano*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Paidós.
- Hall, S. (2003). Introducción: ¿quién necesita “identidad”?, en S. H. Gay, *Cuestiones de identidad* (pp. 13-39). Buenos Aires, Argentina: Amorrortu editores.
- Henríquez R., A. (2011). Teoría “Queer”. Posibilidades y límites. *Nomadías*, (14), 127-139.
- Iglesia Católica Antigua del Río de la Plata (ICARP). (1 de septiembre de 2018). Santa Perpetua y Santa Felicitas [publicación de Facebook]. Recuperado el 24 de julio de 2019 de: <https://www.facebook.com/padrealfonsoleija/photos/a.2017986448474768/2163039077302837/?type=3&theater>
- Iglesia Católica Antigua del Río de la Plata (ICARP). (2 de septiembre de 2018). San Sergio y San Baco [publicación de Facebook]. Recuperado el 24 de julio de 2019 de: <https://www.facebook.com/padrealfonsoleija/photos/a.2017986448474768/2163040530636025/?type=3&theater>
- Iglesia Católica Antigua del Río de la Plata (ICARP). (31 de agosto de 2018). David y Jonatán [publicación de Facebook]. Recuperado el 24 de julio de 2019 de: <https://www.facebook.com/padrealfonsoleija/photos/a.2017986448474768/2163038097302935/?type=3&theater>
- Juan Pablo II. (2001). Castidad y homosexualidad, en *Catecismo de la iglesia católica*. Estados Unidos: Librería Editrice Vaticana.
- Lauretis, T. D. (1989). *Technologies of Gender. Essays on Theory, Film and Fiction*. London: Macmillan Press.
- Monsiváis, C. (2010). *Que se abra esa puerta. Crónicas y ensayos sobre la diversidad sexual*. México: Paidós.
- Noír, R. A. (2010). Sobre el movimiento LGHBT (lésbico-gay homosexual-bisexual-transsexual). *Revista Electrónica de Psicología Política*, 8(22), 128-140.
- Réau, L. (2000). *Iconografía del arte cristiano*. España: Ediciones del Serbal.

- Rojas Soriano, R. (2011). *Guía para realizar investigaciones sociales*. Madrid, España: Plaza y Valdés, S. L.
- Sabuco Cantó, A. (2009). La teoría *queer*. Características y consecuencias en el estado español, en *Teoría Queer: de la transgresión a la transformación social* (pp. 39-52). España: Centro de Estudios Andaluces.
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Secretaría de Igualdad. (2016). *Diccionario Activista*. Juventudes Socialistas de Madrid. España. Recuperado de: <http://jsmadrid.com/wp-content/uploads/2016/04/Diccionario-Igualdad-JSM.pdf>

CAPÍTULO 5

USOS DE LAS REDES SOCIALES ORIENTADAS A HOMBRES QUE BUSCAN SEXO CON HOMBRES: UN ESTUDIO DE CASO DESDE LA ETNOGRAFÍA VIRTUAL

Lázaro Marcos Chávez Aceves
Salvador Medina García

Creado en 2001, Manhunt es un sitio web popular entre los hombres que buscan hombres. Su nombre viene del inglés *man* (hombre) y *hunt* (cacería), y puede traducirse como “cacería de hombres”, lo que evidencia que el uso de esta página se orienta a la búsqueda de hombres que tienen sexo con hombres (HSH).¹ Con seis millones de usuarios (de los cuales 510 680 perfiles son de México), el sitio ofrece la oportunidad de hacer contacto entre chicos gay para ligar y encontrar pareja; asimismo, el servidor ofrece servicios de videochat, contenido homosexual explícito y porno gay gratuito, además de que permite “tener sexo” por *webcam*.

Con el internet, el negocio del comercio sexual en línea, en específico el de encuentros sexuales, se expandió globalmente. Un ejemplo de esto es manhunt.net, que en su origen era un servicio telefónico de citas en Boston, el cual migró a

¹ “La categoría hombres que tienen relaciones sexuales con hombres obedece a un patrón epidemiológico de comportamiento y se refiere al grupo de hombres que, dentro de sus prácticas sexuales, realizan sexo con otros hombres o contemplan tal posibilidad. Por ello, esta categoría cobija a hombres gay, bisexuales y otros hombres de diferentes orientaciones sexuales (incluida la heterosexual), que en algunos contextos o determinadas situaciones tienen relaciones sexuales con otros hombres” (Ministerio de la Protección Social, 2011, p. 55).

internet el primero de abril de 2001, gracias a sus fundadores Jonathan Crutchley y Larry Basile, desde Cambridge, Massachusetts, en Estados Unidos (Jacobs, 2008). Debido a la tendencia de estar en línea y conectados en todo momento a través de dispositivos móviles, en 2012 el sitio comenzó a ofrecer sus servicios en una aplicación móvil (*app*), con el fin de asegurar su permanencia en esta categoría de comercio electrónico.

Para entender las redes sociales que ponen en contacto a chicos gays, como Manhunt, se muestran los siguientes datos respecto a la presentación que hacen de sí los usuarios. El primero es el promedio de edad: en el caso de los perfiles mexicanos, los varones que prefieren la red social Manhunt se encuentran entre los 20 y 29 años, y son residentes de ciudades grandes, como Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey (Sánchez, 2011).

Lo segundo a considerar es que, en su mayoría, los usuarios desean encontrar a un hombre “serio, varonil, activo, masculino, discreto e interesante” y rechazan al hombre “intenso, princesa o maricón”. Lo tercero y último son las fotografías subidas y utilizadas por los usuarios, en las que focalizan partes del cuerpo según su rol sexual: los activos muestran el pene y el torso, y los pasivos exhiben los glúteos; en ambos casos el rostro no se muestra, debido a que “en último lugar es el ítem que más privado se maneja, debido a la inversión de valores entre lo público y privado, entre lo virtual y lo real. Lo público en un entorno real se hace privado en lo virtual y viceversa” (Zapata y Teheran, 2012, p. 32)

El sitio Manhunt se vale de distintas estrategias mercadotécnicas con las que pretende motivar a los usuarios a registrarse; por ejemplo, frases publicitarias como: “Ve directo al grano”, “Cualquier hombre. En cualquier lugar. En cualquier momento”, y “Encuentra el tuyo ahora”, acompañadas de imágenes de hombres jóvenes, atléticos y modernos, que son resultado del diagnóstico de *marketing* de bases de datos de varios componentes tecnológicos, como perfiles psicológicos, algoritmos de emparejamiento, entre otros. A pesar de que este es el “mayor sitio web de sexo y videochat para hombres que buscan hombres” (*manhunt.net*), por tratarse de un espacio de socialización que frecuentan los varones que buscan relacionarse con otros varones, es importante conocer qué otros modos de empleo

(fuera del sexo) le dan los usuarios al sitio. La búsqueda de pareja sentimental, hacer amistades o construir redes de apoyo pueden ser criterios que justifican el empleo de estos servicios.

En este capítulo se describe el análisis de los criterios de búsqueda, así como el diseño y las características del perfil virtual del usuario (ya que en este último recae la interacción comunicativa entre los miembros registrados en el sitio), con la intención de comprender las dinámicas para el “ligue” y para “tener sexo” que suceden dentro de la red de Manhunt. Debido a que el sitio web se entiende como un espacio de estudio cerrado, solo se puede acceder a los criterios de búsqueda tras crear un perfil de usuario, proceso que de inmediato redirige a un cuestionario que debe llenarse antes de usar el servidor. En este último debe seleccionarse el rol sexual, la edad, el tipo de cuerpo que se tiene y adjuntar fotografías; una vez completado, arroja resultados de posibles encuentros cara a cara en los que se puede entablar comunicación.²

Entre el “ligue” y la búsqueda sexual

Es necesario aclarar que las redes virtuales no son el único lugar donde se busca compañero sexual. En las ciudades se tiene el bar, la calle o el metro, espacios relevantes para los varones que buscan relacionarse con otros homosexuales. Al entablar comunicación con el otro, el ligue es uno de los primeros pasos que se dan; en el bar se puede invitar una cerveza, en la calle se vale el cruce de miradas, y en el metro a veces se ingresa al último vagón a ciertas horas, cuando pueden ocurrir otro tipo de encuentros.

El uso de internet para buscar sexo en la población HSH ha aumentado, entre 1996 y 2000 lo usaba 7.1% de la población, mientras que de 2001 a 2005 este porcentaje se incrementó a 14.5% (Gallego Montes, 2007; Fernández-Dávila y Zaragoza, 2009), y estudios posteriores señalan un alza entre 16.6% y 16.15% en

² Para los encuentros sexuales, el cuestionario permite elegir características individuales que pueden ser alicientes entre hombres que tienen sexo con hombres.

el período de 2012 a 2015 (INSP, 2012 y 2015). El ligue en espacios virtuales es diferente al que se presenta en espacios habituales y ciudadanos (como el bar). En el espacio virtual no hay corporalidad, no hay olor ni señales de identidad social características de la vida cotidiana, solamente se cuenta con textos e imágenes que determinarán la situación de ligue o el encuentro sexual.

Aunque estas limitaciones sean considerables al conocer a alguien, algunos autores destacan lo fundamental que son las redes sociales para buscar y entablar relaciones, sobre todo entre hombres jóvenes.

El uso de internet, como forma de construcción de relaciones interpersonales para la iniciación sexual con otro varón, está permitiendo a las generaciones más jóvenes lo que a los adultos les consentía la mayor edad, es decir, preservar el anonimato y la ampliación de redes sociales y espacios de encuentro; en este sentido, tal tecnología tendría un efecto de compensación hacia los más jóvenes dada la aceleración del calendario en el cual están teniendo el debut sexual homoerótico (Gallego, 2011, p. 922).

El empleo de los espacios virtuales para el ligue es complicado porque, para que se concrete, es necesario elegir una red social que cuente con una gran cantidad de usuarios a distancias relativamente cortas entre ellos, de lo contrario el encuentro sexual no se realizará en el plano físico. Por esta razón, los diseños del sitio deben generar confianza y pertenencia, que permitan socializar con otros usuarios y tener objetivos claros sobre la relación que debería formarse. De ahí que, al referir a los usos de las redes sociales orientadas a hombres que buscan sexo con hombres, se destaca la palabra “buscar”, para no dar por sentado que los encuentros sexuales son el “fin” para todos los usuarios de la red.

Además de la búsqueda sexual, las redes sociales y los sitios especializados permiten una variedad de usos y posibilidades al relacionarse por estos medios. Para conocerlas es necesario preguntarse ¿quién usa estas redes sociales para ligar y tener sexo?, lo que lleva a contemplar a un sujeto definido, con determinadas condiciones culturales, grupales e individuales que le permiten acceder a la red y a estos sitios.

En este caso, para referirse a ellos, la categoría HSH por medio de internet resulta ser la más adecuada. El concepto, como lo señala Núñez (2007), resulta “sumamente útil para resignar una práctica que recorre el campo sexual y social” (p. 351), independientemente de la identidad sexual de estos usuarios. Estos hombres recurren a las redes sociales y a los servicios de comercio sexual como una manera virtual para su práctica homoerótica, sin la necesidad de una identidad establecida.

Las redes sociales especializadas para la búsqueda de compañeros homosexuales, en su mayoría, son sitios con fotografías de hombres con un toque de sensualidad, algunas veces ataviadas con la bandera del arcoíris e información sobre la prevención de infecciones sexuales. Según Cámara *et al.* (2004), la primera red para ligue gay fue creada en Estados Unidos bajo el dominio gay.com, mientras que en México destaca la página sergay.com. En ambos espacios se subraya el diseño y los contenidos, ya que estos influyen en los usos y el grado de pertenencia que pueden llegar a sentir sus usuarios. Ejemplo de esto es que el sitio sergay.com es para una “comunidad de curiosos que no buscan ser parte de un grupo, sino simplemente observar algo ajeno a ellos, entonces desaparece cualquier sentido de pertenencia” (Cámara *et al.*, 2004).

Metodología

Para este estudio de caso se seleccionó la red social Manhunt, sitio que tiene un considerable número de perfiles de hombres mexicanos; esto debido a la accesibilidad de la página en idioma español, los bajos precios de las suscripciones y la compatibilidad con dispositivos móviles y sistemas operativos (Sánchez, 2011). El trabajo se enfocó en la obtención de datos, concretamente de las experiencias, los usos y las apreciaciones de los miembros de este sitio. Se estableció realizar la recolección desde un enfoque cualitativo, para destacar las percepciones y los significados producidos por las experiencias de los participantes en este espacio virtual (Valles, 1999; Hine, 2004).

Para la descripción y exploración de la plataforma se creó un perfil en el sitio, con el cual se obtuvo información del proceso de registro. De esta manera, se procuró la adaptación para lograr el compromiso que Hine (2004) menciona no solo con el campo, sino con los usuarios HSH, al ser estos los que dotan de significado y de realidad a los espacios de la red. Debido a las particularidades del campo virtual, el proceso metodológico presentó peculiaridades, entre las que sobresalen establecer un perfil con la identidad de investigador, que procurara autenticidad en el texto e imagen, a fin de evitar el engaño y la ficción en la creación y la interacción del usuario.

En el planteamiento de la investigación, esta aproximación causó rechazo; por consiguiente, la recolección de datos fue inestable, al no tener condiciones favorables de participación con los usuarios contactados directamente en la plataforma. Ante esta situación, se decidió centrarse en los criterios de búsqueda establecidos por Manhunt para ligar y tener encuentros sexuales, y se determinó buscar en Facebook un grupo con usuarios de esta red social para localizar informantes que compartieran sus percepciones y usos de esta página.

Criterios de búsqueda en Manhunt

La exploración que se presenta en este apartado indaga en la creación de un perfil virtual desde el cual se accedió a esta red social. Debe comprenderse que la importancia de la creación de un perfil en Manhunt va más allá del registro y la adopción de las reglas que contempla el sitio, ya que este proceso permite entender la forma estandarizada de comunicación entre los usuarios.

La base del registro es a partir de un listado de preguntas cerradas y abiertas, antes de las cuales es necesario introducir una localización, un nombre de usuario, una contraseña y un correo electrónico. Una vez delimitado esto, y tras establecer la edad del usuario, se realiza una descripción de lo que se busca. Ante la falta de corporalidad, el sitio virtual ofrece diversas opciones que permiten la descripción de una amplia gama de características: color de ojos (azul, café, verde o gris), el

color y estilo de pelo (calvo, negro o rubio), el tipo de cuerpo (atlético, normal u oso) y la etnia (asiático, negro, hindú, hispano, árabe, mestizo e indígena). En el siguiente paso del registro, con la intención de informar y prevenir, se solicita que el nuevo usuario brinde su estatus de VIH a partir de las siguientes opciones: ¡Pregúntame!, No sé, Negativo, No detectable, Profilaxis antes de la exposición (PREP), Positivo y Sin responder.

Al ser un sitio donde sus principales ventas son publicitadas mediante la pornografía gay, se permite al usuario crear una identidad sexual con la intención de fantasear con cualquier gama de posturas, fetiches, lugares y disposición para la relación sexual; por lo que se puede agregar al perfil especificaciones de sus intereses, como: exhibicionismo, bondage, voyerismo, amigo sexual, pareja o novio, orgías, sexo oral, sexo anal, cuero, masaje y sin drogas.

Al final del registro se muestra una barra de herramientas para la búsqueda de otros perfiles por localidad, edad y rol sexual (pasivo, activo e ínter). Los usuarios sin membresía solo podrán abrir un número limitado de perfiles por día y ver las imágenes en miniatura, mientras que quienes compraron una membresía pueden abrir los perfiles que crean necesarios, ver las imágenes en gran tamaño y mandar mensajes ilimitados.

El conjunto de información proporcionada para la autodescripción, la búsqueda del hombre objetivo y las preferencias que señalaron (que motivará el encuentro sexual, la amistad o cualquier otra intención) son elementos que darán acceso a la comunicación entre los usuarios; es decir, la interacción con la plataforma avanza a la interacción humana. No obstante, la artificialidad que ofrece Manhunt radica en las opciones predefinidas a partir de las cuales se fantasea el cuerpo del otro y se adorna el propio desde la soledad. De ahí que el usuario avance al objetivo del servicio, que es concretar encuentros sexuales satisfactorios con el hombre imaginado.

Lo destacable en este proceso de búsqueda es la descripción del cuerpo a partir de texto e imágenes, la definición del estatus de VIH y la especificidad de la actividad sexual deseada; asimismo, que si el usuario no quiere experimentar limitaciones de comunicación, es necesario el pago de la membresía. Así, el uso de

esta plataforma con fines sexuales implica tiempo, espacio y capacidad económica para elegir, entre miles de perfiles, a un potencial compañero sexual o, en el caso contrario, aceptar la invitación a ser el hombre objeto; por lo tanto, elegir o ser elegido requiere de una labor de filtración, selección y comunicación.

Resultados, usos y apreciaciones

Como se mencionó, se optó por recurrir a Facebook para acceder a un grupo privado, con más de 4 000 personas, llamado Códigos Membresía Manhunt, destinado a la obtención de códigos que generan membresías gratuitas por unos días en la plataforma Manhunt. Dentro de este grupo se colocó un mensaje para invitar a los usuarios a participar en la investigación y responder distintas preguntas a través de la plataforma; con esta estrategia se logró establecer contacto con tres informantes que compartieron sus experiencias en el sitio.

El informante número uno es usuario en Manhunt desde hace tres años, dice ser bisexual y estar casado, pero se encuentra fuera del armario (cabe señalar que su esposa sabe que él tiene una cuenta para buscar amigos sexuales ocasionales). Al preguntar sobre su perfil, especifica que sus fotografías son sin ropa y que muestra los glúteos; además añade:

Mi texto es muy directo y dice claramente el tipo de encuentros sexuales que busco y que sé no todo mundo desea, ya que practico sexo sucio. Decidí que prefiero ser directo y así decantar a todos aquellos que no estén interesados, pero sin agresiones o descalificaciones, solo creo que al leer mi texto la gente que encuentra este tipo de sexo desagradable, pues ya no me busca (Informante 1).

Este informante usa el perfil como un filtro de sus intereses particulares para encuentros sexuales. Además, aclara que en ocasiones la concreción de los encuentros no prospera al chat del sitio: “En realidad, en mi experiencia muchos escriben o mandan guiños, les respondo y nunca contestan. Otras veces iniciamos una conversación, dicen estar interesados y nunca concretan” (Informante 1). A pesar de no

tener los resultados esperados, no abandona el sitio debido a un componente de ocio e interés por conocer a otros hombres por medio de la pantalla sin pasar a un espacio público: “Para encontrar lo que busco son muy bajos los resultados positivos. Me resulta más que nada entretenido e interesante leer perfiles de otros” (Informante 1).

La situación del informante 2 es muy diferente, él conoció Manhunt a partir de ingresar en un buscador “sitios gay de ligue”. Decidió crear su perfil en el sitio “por curiosidad, por conocer gente del mismo ámbito, y para ver qué salía” (Informante 2), pero no tiene una intención directa de lograr encuentros, lo que señala de forma explícita en la descripción de su perfil: “Lo único que importa es la esencia; el físico simplemente es un caparazón”. Esto indica que para este usuario las redes que ofrecen servicios sexuales tienen la posibilidad de ser utilizadas para la comunicación social, ya que expresa que el motivo de su registro fue: “Más que nada era la curiosidad por conocer más gente, hacer amistades, salir en buen plan” (Informante 2).

Como un componente adicional del instrumento metodológico, se transcribe la siguiente reflexión del informante 2, ya que completa el testimonio de las apreciaciones respecto al ligue virtual, además de que permite establecer las pautas metodológicas que se analizan en las conclusiones del capítulo.

Creo que el internet es una herramienta muy poderosa, la cual debe manejarse con precaución, ya que uno nunca sabe qué es lo que puede encontrarse en la misma; sin embargo, he corrido con suerte de que las personas que he conocido han dejado o siguen dejando algo bueno en mí. A veces nos confiamos por las palabras que nos dicen, y no sabemos cuáles son las intenciones de la otra persona. En conclusión, es útil siempre y cuando se maneje con precaución y conciencia (Informante 2).

El último informante conoció Manhunt a través de una serie televisiva y tiene más de siete años como usuario del sitio. Su principal interés era crear un perfil como prueba: “He tenido la intención de encontrar alguien afín a mí para experimentar. Aunque en realidad no me he animado a experimentar por varias

razones” (Informante 3). De igual forma, especifica que actualmente no tiene fotografía del perfil: “Alguna vez llegué a subirla y fue una imagen real de mi persona, pero procuré que casi no se notara mi rostro”. Respecto a lo que busca, añadió: “Una breve descripción en donde digo que soy bisexual con la intención de conocer chavos no tan afeminados” (Informante 3).

Aunque el uso del portal le permitió concretar un encuentro, detalla: “De manera particular, si te refieres a que si he tenido ‘encuentros’ a través de esta página, alguna vez sí, me cité con un chavo que en la foto me gustaba, pero ya en persona no me gustó. Lo cité a comer a un lugar público (Vips) del centro de esta ciudad, comimos, conversamos, pero yo no me animé. Él sí tenía ganas de coger, pero a mí no me gustó” (Informante 3).

El sitio Manhunt es un entorno en el cual los usuarios pueden ser anónimos, lo que les da la libertad de presentarse e interactuar de manera distinta a las redes sociales que forman parte de la comunicación cotidiana de los individuos (Renau, Oberst y Carbonell-Sánchez, 2013). Para este último informante: “La intención del perfil es una máscara. Mi perfil es falso, no tengo fotos, no es mi nombre real, me sirve para saciar algunas curiosidades como hétero que en mi perfil real no puedo hacer” (Informante 3). Al igual que el anterior, este informante incluye adicionalmente un complemento de su testimonio para explicar las razones de usar esta página:

Soy un varón de 35 años, casado, tengo esposa. Soy un profesionalista, laboro en una empresa constructora. Hasta el día de hoy solo he tenido novias que me han permitido tener relaciones sexuales con ellas. He experimentado un muy buen sexo de tipo “heterosexual”. He realizado muchas de mis fantasías con mis novias y con la que ahora es mi esposa. A veces pienso que la “ortodoxia heterosexual” no existe. Yo creo que todos somos bisexuales en diferentes grados, que según en esa escala podemos definir si pertenecemos a alguna de estas letras **LGBTTI**. Yo veo que la belleza todos la podemos admirar, contemplar, desear. ¿Por qué no? Solo que nuestra sociedad nos ha enseñado que a un hombre no debe “gustarle la belleza de otro hombre” igual que las mujeres. Hagamos el experimento con cartas, con hombres y mujeres, mostremos

casas, autos, perros, etcétera, mostremos una por una y al final mostremos hombres y mujeres bellas y veremos que a todos nos gusta, solo que nos bloqueamos y creemos que está mal (Informante 3).

Como se puede señalar en el testimonio de estos informantes, el anonimato da al usuario la posibilidad de fantasear y mantenerse como un curioso; no obstante, al traspasar sus barreras morales y conseguir un encuentro cara a cara con otro usuario, suele no proceder con la práctica sexual: “Al menos yo no he experimentado encuentros, me parece arriesgado, me pueden robar o lastimar, y me pueden contagiar alguna enfermedad. Yo tengo pareja, es por eso que no me he animado a experimentar” (Informante 3).

Reflexiones de cierre

A pesar de estar orientada a establecer encuentros sexuales entre hombres que buscan sexo con hombres, Manhunt abre la posibilidad a sus usuarios de otorgarle usos diversos:

- Usos sexuales: para buscar y expresar gustos de prácticas sexuales particulares, así como encontrar amigos sexuales ocasionales.
- Usos de ocio: utilizar el perfil de esta red como una máscara al perfil real para introducirse a la fantasía homoerótica desde el anonimato, al mirar otros perfiles y ligar con hombres.
- Usos sociales: conocer personas, encontrar a alguien afín.

Los resultados de esta investigación son parciales; empero, abren el horizonte de la intencionalidad para indagar respecto a los usos mencionados. Es necesario cuestionar las razones subyacentes de abrir un perfil en un sitio de encuentros sexuales entre hombres para buscar amigos sexuales ocasionales. También se requiere estudiar la relación entre la capacidad adquisitiva de los usuarios con los usos del sitio, y preguntarse si la incapacidad de pagar una membresía de Manhunt

causa que los usuarios busquen otras alternativas de uso para el sitio, en el entendido de que emplear la plataforma por ocio mantiene al usuario en el nivel virtual, de solo conocer a nuevas personas a través de imágenes y textos del perfil.

Otra de las interrogantes que surgen al respecto es si debido a las características de Manhunt, el sitio le permite al usuario desinteresado del encuentro sexual la apreciación del cuerpo masculino sin la crítica social, al ser desde el anonimato y fuera del reconocimiento de la identidad gay. Finalmente, en cuanto a las cuestiones *offline* remanece la interrogante: ¿en qué medida los estereotipos de género inciden para concretar un encuentro en un espacio público, para decidir si pasar a un espacio privado o no?

En conclusión, hay que tener en cuenta los diferentes tipos de usos y apreciaciones que los usuarios se forman de este sitio, ya sea que Manhunt se considere como un espacio de socialización virtual y de encuentros sexuales *offline* y virtuales por medio de videochat, o bien como un espacio en que los *MSH* tienen la posibilidad de formar relaciones, conocer diferentes identidades sexuales y reflexionar sobre sus preferencias sexuales.

Referencias

- Cámara Ávalos, D.; Monroy Guadarrama, A.; Navarro Azcarategui, H.; Real Rodríguez, C. y Santos, D. B. (2004). Conectados a Internet: la realidad gay en línea. *Razón y Palabra*, (41). Recuperado de: <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n41/gayonline.html>
- Castells, Manuel. (2009). *Comunicación y poder*. México: Siglo XXI.
- Códigos Membresía Manhunt. (s/f). *Información* [grupo en Facebook]. Facebook. Recuperado en agosto de 2019 de: <https://www.facebook.com/groups/1568692623371318/>.
- Fernández-Dávila, P. y Zaragoza Lorca, K. (2009). Internet y riesgo sexual en hombres que tienen sexo con hombres. *Gaceta Sanitaria*, 23(5), 380-387.

- Gallego Montes, G. (2007). *Patrones de iniciación sexual y trayectorias de emparejamiento entre varones en la Ciudad de México. Una mirada biográfica-interaccional en el estudio de la sexualidad* (tesis de doctorado). El Colegio de México.
- Gallego, G. (2011). Primera experiencia homoerótica en varones en la ciudad de México. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 9(2), 913-928. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=77321592028>
- Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. España: UOC.
- Instituto Nacional de Salud Pública (INSP). (2012). *Informe técnico analítico sobre prevalencia de VIH, así como factores de riesgo y vulnerabilidad, en hombres homosexuales y hombres bisexuales*. México: CENSIDA.
- Instituto Nacional de Salud Pública (INSP). (2015). *Informe técnico descriptivo y analítico sobre seroprevalencia de VIH y sífilis, así como factores de riesgo y vulnerabilidad en hombres que tienen sexo con hombres, personas transgénero y mujeres trabajadoras sexuales*. México: CENSIDA.
- Jacobs, E. (2008). OntheHunt: Manhunt.net leads the Gay Wide Web. *EDGE Media Network*. Recuperado de: <https://www.edgemedianetwork.com/story.php?72585>
- Ministerio de la Protección Social. (2011). *Guía de prevención VIH/sida. Hombres que tienen relaciones sexuales con hombres*. Bogotá: UNFPA. Recuperado de: <https://colombia.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/HSH%20%281%29.pdf>
- Núñez Noriega, G. (2007). *Masculinidad e intimidad: identidad, sexualidad y sida*. México: Porrúa.
- Renau Ruiz, V.; Oberst, U. y Carbonell-Sánchez, X. (2013). Construcción de la identidad a través de las redes sociales *online*: una mirada desde el construccionismo social. *Anuario de Psicología*, 43(2), 159-170. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97029454002>
- Sánchez Suárez, R. E. (2011). La ubicación del deseo: espacialidad de las redes sociales homosexuales. *V Encuentro de disidencia sexual*, UNAM, México.
- Valles, M. S. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. España: Síntesis.

Zapata Ramírez, E. y Teheran, B. (2012). *Auto representación del homosexual en las redes sociales Manhunt.net y Gaydar.es. Un estudio de caso desde el análisis del discurso multimodal* (tesis). Universidad de Cartagena. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/11227/348>

CAPÍTULO 6

COMPETENCIAS MEDIÁTICAS EN COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL: EL USO DE LAS REDES SOCIALES EN UNA ORGANIZACIÓN FEMINISTA DE NAYARIT

Hilda Antuanett Espinosa Fragoso
Luis Antonio Fernando Bonifaz Moreno

Introducción

Este capítulo analiza la experiencia de un grupo activista feminista para identificar y articular dos aspectos de interés: el uso y desarrollo de competencias y habilidades mediáticas adquiridas por sus integrantes durante su activismo, y la descripción de sus prácticas y del papel que tienen los medios sociales como estrategia de comunicación para el cambio social. Para lograrlo, se tomaron en cuenta las acciones de la Colectiva Feminista Nayarit, grupo que se inserta dentro de los movimientos de mujeres jóvenes, y que ha atraído la atención local de los medios y de la ciudadanía hacia las problemáticas que las mujeres enfrentan en la cotidianidad. La razón para estudiar estos temas se vincula con la necesidad de revalorar un nuevo tipo de activismo que, aunque en este momento no cuenta con una presencia cuantitativamente amplia, ha mostrado una actitud de intervención abierta sobre los problemas de violencia física y simbólica contra la mujer que prevalecen en la capital del estado de Nayarit, México.

La Colectiva (en su denominación breve) informa, promueve y reproduce actividades en pro de las demandas de las mujeres, y se mantiene vinculada con las acciones nacionales e internacionales encaminadas a estos objetivos. Así, las preguntas eje planteadas para guiar el trabajo fueron: ¿estas acciones están relacionadas o sustentadas con el uso de medios tecnológicos basados en internet, como las redes sociales?, ¿en qué medida?, ¿estos son elementos esenciales a su praxis activista? Para responder estos cuestionamientos presentamos de manera detallada el quehacer de este colectivo en el campo feminista, a partir de las voces de sus integrantes.

Como arsenal conceptual para este trabajo, se delimitaron dos grupos categoriales para describir e interpretar las experiencias y las narrativas de los miembros de la Colectiva: el primero parte del concepto de comunicación para el cambio, y el segundo comprende las categorías relacionadas con las capacidades y las habilidades de alfabetización mediática y el uso de las redes digitales. En los siguientes apartados se explican los planteamientos teóricos utilizados para analizar el fenómeno.

Metodología

El planteamiento metodológico para estudiar estos aspectos de la Colectiva partió de reconocerla como un grupo representativo de un fenómeno más amplio para el contexto local, a raíz de la aparición de grupos de activismo social centrados en temas que afectan a las mujeres –debido a la grave problemática que perjudica a la región, esta situación es por demás oportuna–. En este sentido, se realizó una investigación exploratoria y descriptiva, centrada en el estudio de caso, por lo que se eligió un enfoque cualitativo con corte transversal. Como técnica central se desarrolló un análisis de los contenidos en las redes sociales y se entrevistó a cuatro mujeres que lideran la Colectiva, por ser quienes cuentan con la mayor experiencia y participación en la organización social. Ellas se encuentran entre los 30 años, todas poseen una trayectoria universitaria y antecedentes en actividades feministas posteriores a la creación del colectivo.

En un inicio, y para delimitar el estudio de caso de la investigación, se exploraron los colectivos y los grupos organizados, dirigidos o vinculados a las causas feministas en el estado de Nayarit. En este proceso se identificaron las siguientes agrupaciones: Mujeres Creadoras, Proyecto Rcine, REDefine Nayarit, Marea Verde Nayarit, Colectivo Plano Imposible, Jornada de la Diversidad Sexual Nayarit, Ser Libre A. C., Colectivo Juvenil Gascón, Creación de Luna Colectiva 33 y Colectiva Feminista Nayarit. Para el trabajo se optó por ir hacia lo local y lo particular, por lo que se seleccionó a este último grupo de activistas, conocido por llevar a cabo un trabajo claramente feminista, por mantener un activismo y un trabajo permanente, desde 2014 a la actualidad, y por declararse partícipe en las demandas más acuciantes y críticas para las mujeres en el contexto local.

Después de la selección, se contactó a la Colectiva Feminista Nayarit, grupo asentado en Tepic, la capital del estado de Nayarit, México. El núcleo de activistas aceptó colaborar en esta investigación, por lo que se estableció un consentimiento informado. Como parte de las actividades de análisis, se efectuaron búsquedas de información en las redes sociales del grupo y se convino la realización de una entrevista a profundidad de manera colectiva, para captar de forma oral sus narraciones en torno a las preguntas diseñadas a fin de ahondar en los dos puntos centrales: las competencias mediáticas y la relación entre el uso de las redes sociales y el activismo.

Comunicación para el cambio social

La relación entre la comunicación y las problemáticas sociales es un tema que ha permeado múltiples senderos de grupos y actores sociales interesados en la democracia y la participación ciudadana, en la apertura y la ampliación de sus espacios en la sociedad. Las expresiones de actores sociales en el campo político y cultural, y las prácticas, los discursos y las narrativas dirigidas al debate y al cambio social, actualmente se abren hacia nuevas posibilidades gracias a las tecnologías de la comunicación. En este contexto, se hace pertinente desarrollar estudios que brinden

cartografías sobre qué hacen y cómo lo hacen las activistas embarcadas en procesos de cambio y desarrollo social (Martínez y Sierra, 2012). Respecto a los grupos de mujeres activistas feministas, los temas y las formas para la intervención son variados; aquí radica el interés de analizar sus prácticas locales de empoderamiento y emprendimiento.

En concordancia con las condiciones actuales, las organizaciones feministas y de la diversidad sexual (como la Colectiva) utilizan las redes sociales, conectadas por internet, como una herramienta de comunicación social para la difusión, organización y expresión con sus pares, sus bases sociales y la sociedad en general. Si bien ya se han realizado estudios y logrado argumentos sobre las posibilidades que han abierto las nuevas plataformas comunicativas para el activismo político, –en la medida en que estos se convierten en canales propios de los ciudadanos que permiten llegar a grandes masas de población (Castells, 2009)–, el punto de interés de este trabajo se enfoca en el activismo de las organizaciones feministas, entendido como un proceso de aprendizaje y empoderamiento de las mujeres, a través de los cauces alternativos de la comunicación (Benítez, 2012), en el cual se pretende distinguir el papel que tienen los medios sociales.

Las redes sociales, en particular Facebook, Twitter, YouTube, WhatsApp e Instagram, son herramientas de gran impacto social para el activismo político, al ser canales accesibles y masivos que pueden configurarse como un contrapoder a los medios comerciales. De esta realidad social surge una vena teórica interesada por analizar fenómenos como la autocomunicación, los procesos de automediación, la monotorización y el establecimiento de la nueva agenda pública (Casero-Ripollés, 2015). Diversos trabajos han mostrado el papel dinámico de las redes sociales para impulsar grandes movilizaciones sociales reivindicativas (como la Primavera Árabe, el M-15, el #yosoy132, entre otros); sin embargo, existen innumerables experiencias, con otras vertientes y entre activistas, en relación con el uso de estas.

Es factible que las redes sociales representen para los migrantes digitales, una forma de atenuar la vulnerabilidad social, ya que aportan un sentido de pertenencia y significado (Benítez, 2012), en tanto se orienten a la construcción de “tejidos

solidarios” y a la transferencia de información, afectos y oportunidades, como formas de solidaridad. Esto permite que las participantes de un movimiento feminista, como la Colectiva, posean y amplíen un capital social entre las mujeres, con características propias basadas en la autoestima, el reconocimiento y el respeto.

A esta capacidad de apoyo, coexistencia y solidaridad entre las mujeres frente a los problemas sociales que se denuncian se le ha denominado *sororidad*, término que resulta útil para caracterizar la necesidad de vínculos y alianzas naturales entre las mujeres (unión, respeto y afecto). Esto, como se verá, es un fin posible a través del uso de las redes sociales para las activistas feministas. Una muestra de esto es la materialidad discursiva difundida en la web que hacen estos grupos, al utilizar las redes sociales para comunicar desplegados y convocatorias, analizar el entorno local, nacional e internacional, y plantear sus demandas, posturas y acciones.

Dentro de la comunicación para el cambio, se propone lograr varios fines para la vida democrática, de gran relevancia para grupos y colectivos dentro de un movimiento social, como permitir o facilitar la transferencia y el intercambio horizontal de información, ampliar la participación de las integrantes, construir tejidos solidarios e identidades colectivas, y recuperar la memoria. Estos elementos, como parte del estudio de caso, fueron rastreados en la experiencia de las integrantes de la Colectiva.

Competencias y habilidades mediáticas

El término *competencia* hace referencia a la combinación de conocimientos, capacidades, habilidades y destrezas que tiene un individuo para realizar determinada tarea. En el campo donde estamos utilizando este término, las competencias mediáticas se relacionan con el dominio de las capacidades para interactuar con los medios, en tanto la aceptación de que las nuevas tecnologías de la comunicación han expandido las posibilidades para que el ciudadano pueda ejercer una cultura participativa y desarrollar una capacidad crítica.

Como parte del debate actual, en la literatura anglosajona los conceptos de alfabetización computacional, alfabetización informacional y alfabetización mediática son términos interconectados o alternativos con estos procesos de competencia. En este contexto, la palabra *alfabetización* (*literacy* en inglés) es empleada en Iberoamérica para referirse al aprendizaje de los lenguajes, las técnicas y las formas de aprovechamiento social, educativo y cultural de los medios de comunicación (Butriago, 2015).

En torno a esto, la UNESCO considera que “la alfabetización computacional significa el conjunto de habilidades, actitudes y conocimientos necesarios para comprender y operar las funciones básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones, incluidos dispositivos y herramientas como computadoras personales (PC), computadoras portátiles, teléfonos celulares, tablets, etcétera” (Horton, 2007, p. 54). Así, la alfabetización informacional destaca “la importancia del acceso a la información, la evaluación y el uso ético de dicha información” y la alfabetización mediática “la habilidad para entender las funciones de los medios, evaluar cómo se desempeñan aquellas funciones y comprometerse racionalmente con los medios para la auto-expresión” (UNESCO, 2011).

Para el presente trabajo se determinó identificar dentro de la categoría de competencia mediática las siguientes variables: a) el acceso a equipos de cómputo y dispositivos de comunicación móvil; b) la capacitación y el conocimiento del uso de los dispositivos mediáticos para las redes sociales; c) la capacidad de selección, difusión y desarrollo de contenidos en las redes sociales, y d) las experiencias en la organización de eventos o movilizaciones sociales dentro de sus tareas de activismo.

La situación de las mujeres en Nayarit

Nayarit es un estado que en la última década ha seguido el pulso político, económico y cultural del país; la entidad comparte los principales problemas de la nación, como la inseguridad, el lento crecimiento económico y las desigualdades sociales, además de establecerse en los lugares medios de la estadística nacional (INEGI, 2020).

Al igual que en otras partes de México, la violencia y la desigualdad son problemáticas que inciden en las condiciones de las mujeres; en Nayarit se producen y reproducen situaciones de violencia, desigualdad, marginación y discriminación sobre ellas (INEGI, 2008), lo que ha generado históricamente diversas reacciones políticas y ciudadanas de grupos, organizaciones sociales y no gubernamentales, con diversos objetivos respecto a las cuestiones de género.

Pese a las políticas gubernamentales implementadas en torno a esta materia, la violencia de género aún se presenta de manera cotidiana y de diversas formas. Los esfuerzos realizados tanto por las autoridades como por la sociedad civil no son suficientes ante la escalada de violencia y el acoso que enfrentan las mujeres de todas las edades. Al margen del discurso tanto del desarrollo como del crecimiento humano y económico de la sociedad, las mujeres continúan sumergidas en un contexto de marginación, discriminación y pobreza, del cual tienen pocas probabilidades de salir por sí mismas (INEGI, 2008).

En Nayarit, la información de diversas fuentes arroja resultados disímiles en cuanto al Índice de Desigualdad de Género (IDG) y a las condiciones de desarrollo humano de las mujeres respecto a los hombres. El IDG considera la salud reproductiva, el empoderamiento y el mercado laboral para establecer las diferencias en el logro de estos aspectos entre ambos sexos. Este índice marca que, cuanto más cercano a cero, el desarrollo tiende a ser igualitario; mientras que la aproximación a uno implica grandes desventajas de las mujeres frente a los hombres (PNUD, 2014). En este sentido, el promedio nacional del IDG es de 0.393; empero, Nayarit tiene una puntuación de 0.401, lo que lo ubica junto a otras entidades del país, con un incremento en la desigualdad de género. Por lo que respecta al Índice de Desarrollo Humano (IDH), en México es de 0.775 en el caso de los hombres y de 0.784 en las mujeres; en este sentido, Nayarit se encuentra en el nivel medio del IDH, cuyo rango va de 0.774 a 0.788 en esta escala (PNUD, 2014).

Una de las primeras medidas adoptadas en nuestro país para atender la violencia en contra de las mujeres ocurrió en 2007, cuando el Congreso de la Unión aprobó la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia (LGAMVLV), cuyas disposiciones son de orden público e interés social, aplicables a

todas las entidades del país (DOF, 2007). Entre otros aspectos, la LGAMVLV precisa la caracterización de la violencia en el ámbito familiar, la violencia laboral y docente, la violencia en la comunidad y la violencia institucional. Asimismo, establece las condiciones bajo las cuales debe emitirse la alerta de violencia de género donde sea necesario, así como las instancias federales, estatales y municipales involucradas para integrar el Sistema Nacional para Prevenir, Atender, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres (SNPASEVM), a través de sus titulares.

En la LGAMVLV se atribuye a la Secretaría de Seguridad Pública la integración de un Banco Nacional de Datos e Información proporcionada por los integrantes del SNPASEVM, así como las instituciones de gobierno de los estados (BANAVIM, 2012). De acuerdo con este banco de datos, en Nayarit se han registrado 4 838 casos de agresión, de los cuales 3 526 han sido cometidos por hombres, 222 por mujeres y 1 249 casos no se tiene especificado el género del agresor; también se cuenta con 298 órdenes de protección, y 3 199 servicios otorgados (BANAVIM, 2012). Cabe mencionar que la base de datos proviene del portal de internet de BANAVIM, ligado a la Secretaría de Gobernación; sin embargo, no se puntualizan las fechas de inicio ni de la última actualización de la información, además de que el portal no cuenta con la imagen institucional de la administración federal actual, sino del sexenio anterior, correspondiente al presidente Enrique Peña Nieto.

La Ley de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia para el Estado de Nayarit se publicó en 2018 en el *Periódico Oficial de Gobierno del Estado de Nayarit*. Debido a la violencia por narcotráfico, ampliamente extendida por el país desde años atrás, y ante los casos ocurridos que involucraron a mujeres heridas o asesinadas, se creó en varias localidades del estado el Instituto para la Mujer Nayarita (INMUNAY), para atender las problemáticas de las mujeres, y se instaló en 2010 el Observatorio de Violencia Social y de Género Nayarit.

A la par de la violencia, otras problemáticas ocupaban la atención de los habitantes del estado: la inminente construcción de una nueva presa hidroeléctrica – que amenazaba el desplazamiento de habitantes de pueblos originarios y la ecología adyacente al Río San Pedro–, la privatización de playas, la llegada de empresas mineras y el crecimiento del desempleo. Esto dio pie al surgimiento de movimientos

sociales conformados en colectivos que defendían los derechos y los territorios, quienes exigían atención por parte de los tres niveles de gobierno; como consecuencia de estas acciones, comenzaron a ocurrir con más frecuencia manifestaciones, movilizaciones y plantones.

En este contexto, en Nayarit –y en muchas partes del país– se producen y reproducen situaciones de violencia, desigualdad, marginación y discriminación sobre las mujeres, jóvenes y niñas. Como respuesta a esto, en los últimos años se han generado puntuales reacciones políticas y ciudadanas, con diversos objetivos de género. Estos movimientos urbanos y de jóvenes, fundamentalmente, han destacado en Nayarit tanto por las causas que enarbolan como por su composición social y por los métodos de acción que han llevado a cabo.

Los temas relevantes para la acción política de las organizaciones feministas en este estado han luchado en la última década para el respeto a la diversidad de género y al derecho a elegir y manifestar la identidad y expresión de su orientación sexual, en contra de cualquier tipo de violencia de género y hacia las mujeres; además, han exigido la contención de feminicidios y el derecho al aborto. A pesar de que la intención es la misma, es claro que existe una gran diversidad de grupos con fines y estrategias distintas. La elección de la Colectiva para este trabajo de investigación se respalda por las destacadas propuestas vanguardistas que tiene este grupo.

Trayectoria de la Colectiva

La organización Colectiva Feminista Nayarit fue creada en 2014, integrada por siete mujeres con un promedio de edad de 30 años, todas egresadas universitarias involucradas en sus profesiones (abogacía, redacción en prensa, docencia y administración), además del activismo feminista. Por su parva composición, la Colectiva funciona como una célula desde su concepción, la cual les permite una mayor integración y comunicación para la toma de decisiones sobre sus actividades. El grupo es un nodo de activismo conectado, que se apoya mutuamente con Marea Verde Nayarit, REDefine Nayarit y la Jornada de la Diversidad Sexual Nayarit, entre otras instancias.

En la información de su página de seguidores de Facebook, la Colectiva se autodefine de la siguiente manera:

Somos un grupo de personas que ponemos el cuerpo, la mente y nuestras vivencias para construir conocimiento, valores y redes de apoyo desde la subjetividad de cada involucrada. Visibilizamos la violencia estructural que se ejerce hacia los cuerpos feminizados; intervenimos espacios físicos y simbólicos para hacer presente que también son nuestros y queremos habitarlos con dignidad y placer (Colectiva Feminista Nayarit, s/f a).

Como misión, la Colectiva establece: “Realizar actividades en defensa del derecho a la inclusión, a la diferencia y los derechos humanos, compartiendo saberes, información y experiencias que arraiguen nuestro valor como personas y cuerpos que importan” (Colectiva Feminista Nayarit, s/f a). Cabe aclarar que gestionar un registro de asociación civil o algo similar no es un objetivo para las integrantes, pues mantienen distancia con las instituciones de gobierno (Cortez, Ponce, Hernández y Vergara, 2019).

La participación de las integrantes es voluntaria y solidaria, nadie percibe remuneraciones; además, el financiamiento para sus actividades y la gestión de los materiales necesarios para estas surgen a partir de aportaciones y fondos de otras organizaciones, o bien se adquieren por colectas en eventos (celebraciones, subastas, mercaditos, etcétera), o a través de la organización de talleres y vendimias producidas por la integrantes de la Colectiva (alimentos, fanzines, calcomanías, pasteles, entre otros) (Cortez, Ponce, Hernández y Vergara, 2019).

En la tabla se muestran sus ejes de acción y un listado no exhaustivo de actividades realizadas durante el período 2015-2018. Varias de estas son de tipo educativo, asimismo entre las principales acciones también se incluyeron espacios de debate, jornadas de actividades, movilizaciones, eventos en conferencias, actividades culturales y mercaditos para la venta de artesanías y comida.

Tabla. Ejes de acción y tipos de eventos realizados por la Colectiva Feminista Nayarit (2015-2018)

Ejes de acción	Tipos de eventos realizados
<ol style="list-style-type: none"> 1) Derechos sexuales y reproductivos 2) Derecho a relacionarte erótico/afectivo con la corporalidad de tu elección 3) Derecho a situarte en la identidad de tu elección 4) Derecho a la información sexual y reproductiva 5) Derecho al placer 6) Derecho al aborto/interrupción del embarazo 7) Perspectiva de género 8) Acoso callejero 9) Violencia obstétrica 10) Crímenes por odio (diversifobia) 11) Femicidios 	<ul style="list-style-type: none"> • Aquelarre-fiesta feminista • Aquelarre-posadita • Caravana informativa: Abortando prejuicios • Cinedebate: Lésbico espacial • Círculo de lectura feminista • Compartencia: Mujeres rurales y diversidad sexual • Conferencia: #AmaLoQueEres • Conversatorio Día de la visibilidad bisexual • Conversatorio: Violencia psicológica • Convocatoria de relatos: Así salí del clóset • Jornada de salud para mujeres • Movilización nacional contra las violencias machistas Nayarit • Panel: Soy deportista • Taller de aborto en casa • Taller de mantenimiento y reparaciones básicas de bicicleta • Taller de masturbación • Taller-laboratorio: Cuerpo y sanación colectiva en la danza • Teatro “Resománica: puesta en escena divergente”

Fuente: Colectiva Feminista Nayarit (s/f b).

Algunas actividades han tenido un alcance significativo en la población local, como las marchas a favor de la legalización del aborto, la marcha del #24A Todas a la calle, y la marcha de las catrinas. Otras actividades, en cambio, han sido atribuidas a la Colectiva sin que estas acciones las hayan realizado ellas, como dejar ropa interior femenina en la estatua de la Hermana Agua o en las ranas que caracterizan la fuente de la plaza principal del centro de Tepic.

La relación de la Colectiva con las instancias de gobierno para participar conjuntamente en actividades con objetivos afines es selectiva, ocasional y con prudencia. Afirman que, a lo largo de su trayectoria, han constatado en la experiencia que muchas de las instancias de gobierno relacionadas con la atención a la problemática de la mujer operan “con ignorancia, fines propagandísticos o de cooptación clientelar”,

salvo algunas determinadas, “en general las instituciones no escuchan a las organizaciones de bases, generalizan sobre las poblaciones vulnerables, no son incluyentes y condicionan sus apoyos” (Cortez, Ponce, Hernández y Vergara, 2019).

Las integrantes de este grupo consideran que este comportamiento de las instituciones es inherente a ellas, pues a pesar de que existen leyes, reglamentos, programas y estrategias, “estos no rinden resultados, no impactan a las poblaciones afectadas, no son significativos, aunque los aliados pretendan modificar esto” (Cortez, Ponce, Hernández y Vergara, 2019). Afirman que una muestra de esta simulación son las “estrategias” para evitar la violencia contra las mujeres, ya que a pesar de estas los casos en la entidad se mantienen presentes.

Asimismo, esta situación es observable en las diversas capacitaciones con perspectiva de género que imparten las instancias de gobierno, en las cuales “las responsables, además de reducir la paridad de género a solo números, llegan a ‘aprender’ y a ‘sensibilizar’, lo que parece más una excusa para ejercer mediocremente los objetivos que pretenden alcanzar, y cuando se les cuestiona lo consideran como algo personal” (Cortez, Ponce, Hernández y Vergara, 2019).

Competencias mediáticas y participación en redes sociales

En la actualidad, la Colectiva comunica sus posturas a través de diversos métodos, como la rueda de prensa, los boletines a través de notas en las redes sociales como Facebook, volantes, entrevistas en radio, televisión o mediante páginas web. Las integrantes del grupo señalan que, en su origen, la Colectiva organizaba sus actividades sin participación en las redes sociales; no obstante, debido al alcance que estos medios poseen, se optó por elaborar una página de seguidores en Facebook para postear y difundir notas. Además, se diseñó un portal de internet, se crearon redes y grupos de comunicación a través de WhatsApp, y se han generado y difundido *hashtags* para sumarse a protestas como #MeToo, #NiUnaMás, #AbortoLegal, entre otras.

Las primeras páginas que crearon fueron para organizar las Jornadas por la Diversidad Sexual e impulsar la campaña Calles Seguras. Después establecieron

la página de seguidores de Facebook y el uso de WhatsApp, redes concebidas como herramientas para iniciar contacto con otras mujeres y abrir grupos entre las integrantes con el propósito de organizarse. A pesar de que estos medios brindan la posibilidad de comunicarse a la distancia, la Colectiva opta por la comunicación cara a cara, por considerarla una vía más eficaz para alcanzar objetivos cualitativos para el grupo, como se explicará posteriormente.

Los medios que han abierto espacios para hablar de sus actividades y posiciones son estaciones de radio local, mientras que en televisión, el canal estatal XHKG y Megacanal. En pocas ocasiones han podido difundir su quehacer en la prensa escrita, pues consideran que están vetadas para ese medio (Cortez, Ponce, Hernández y Vergara, 2019). En cuanto a los eventos convocados por instituciones y dependencias de gobierno, cuando han sido invitadas se han detenido a evaluar quién hace la invitación, qué medio promueve el evento, qué intención tiene y en qué contexto se proyecta; esto con el propósito de evitar más experiencias de manipulación, de censura y de intenciones políticas ocultas que repercutan en las opiniones o propuestas de la Colectiva.

En su momento, el grupo consideró el uso de portales de internet como parte de sus estrategias de difusión; empero, la idea fue descartada por sus integrantes debido a que implicaba un trabajo más especializado en comparación con las redes sociales, las cuales han tenido buenos resultados para generar opinión pública, facilitar la comunicación con grupos, la organización de eventos y contactar a personas. Aunque para la Colectiva las redes sociales son una herramienta útil, no son la estrategia de comunicación principal ni la más significativa para su activismo. Afirman que esto se debe a que los resultados de la difusión para asistencia a eventos, o la generación de debate sobre temas relevantes pueden ser diversos a lo esperado, al estar bajo el escrutinio de políticas de contenido de las compañías que ofrecen estos servicios.

Así, hablar de temas que incomodan a los administradores de estas plataformas (como la copa menstrual, por ejemplo), les ha acarreado la censura de publicaciones y la suspensión de cuentas en Facebook, situación por demás ridícula, ya que hay otras páginas permitidas donde: “Muestran violencia explícita, pedofilia y

toda clase de contenido que perpetúa la noción de objeto hacia la mujer” (Cortez, Ponce, Hernández y Vergara, 2019). Por lo anterior, consideran que las redes sociales no garantizan la comunicación asertiva ni el acompañamiento oportuno que la interacción personal (cara a cara) ofrece a las mujeres interesadas en el trabajo y los objetivos del grupo la Colectiva.

Selección, difusión y desarrollo de contenidos

Tanto los contenidos para la página de seguidores de Facebook como para la página web de la Colectiva se construyen con aportaciones individuales, sobre la base de los objetivos y valores del grupo. Administrar y gestionar estos espacios es un trabajo extra que no siempre es posible realizar íntegramente cuando implica creatividad, conocimientos técnicos o de diseño publicitario. La redacción de contenidos y el diseño de imágenes se asignan a quien dispone de tiempo, dedicación y conocimientos al respecto. Lo anterior ha generado una división del trabajo flexible para estos fines, ya que tres personas administran las redes; a pesar de esto, la creación de contenidos ha tenido altibajos en la trayectoria del grupo, con períodos de mayor producción y otros con menor cantidad de publicaciones.

Aumentar el número de seguidoras de sus redes sociales no es una meta indispensable de la Colectiva, ya que consideran que el número actual (5 469 para diciembre de 2019) es suficiente, pues son “orgánicas”, en el sentido de que son mujeres que buscan interactuar cara a cara con otras mujeres en eventos, actividades o espacios comunes. Esto, aunado a las limitaciones de tiempo en la dedicación al activismo, a la necesidad de atender ocupaciones personales, y a que “en ocasiones no contamos con toda la información y no generamos constantemente contenidos, aunque sí se replica lo que generan otros grupos” (Cortez, Ponce, Hernández y Vergara, 2019). Estas son las razones por las que el grupo no tiene una estrategia concreta para generar más interacción en las redes sociales.

Afirman que se han planteado lo deseable que sería tener mayor incidencia en la población, sobre todo en las mujeres jóvenes, aunque las capacidades de

la Colectiva sean limitadas en términos de recursos humanos abocados a ello. En cuanto a equipo y materiales de cómputo, emplean los propios, que se ponen a disposición de todas; en ocasiones, se gestiona para recibir apoyo o préstamos de equipos y mobiliario. Independientemente de lo limitante que pueda ser esta situación, los recursos materiales y su condición no es un factor que influya en el desarrollo de sus actividades, o que las obstaculice, ya que la asociación con otros grupos les ha permitido rentar una oficina compartida.

Intercambio horizontal

Para la Colectiva no es un objetivo central medir el efecto de sus actividades, ya que consideran que cada actividad ha impactado de alguna u otra forma; lo significativo para el grupo es generar redes sociales: “tener posibilidad de *amiguar* con mujeres que se acercan a las actividades, generar empatía y apoyo” (Cortez, Ponce, Hernández y Vergara, 2019). Por ello, se valoran de manera significativa los conversatorios y los diálogos en las colonias con mujeres que se acercan para informarse y saber qué es la Colectiva.

Esta dinámica es directa y horizontal, genera confianza y es enriquecedora, al compartir cada una sus vivencias cara a cara. La toma simbólica de espacios públicos y las “pintas” son acciones que consideran relevantes para difundir las consignas de la Colectiva; sin embargo, les resulta más significativa la comunicación directa con grupos de mujeres en talleres, pláticas y visitas a colonias (Cortez, Ponce, Hernández y Vergara, 2019).

Cuando intervienen en debates en redes sociales y observan que las mujeres implicadas se enfrentan a un tema que conocen poco, o la información que tienen al respecto es escasa, intentan ser empáticas con ellas, con la finalidad de producir un efecto favorable. Incluso, aseveran: “Hemos podido diferenciar a las personas que tienen dudas genuinas, surgidas desde la ignorancia, pero también de la empatía, de aquellas que no tienen preguntas, sino posicionamientos contrarios”, algo que la Colectiva promueve. Las integrantes de este grupo aseguran que han

“aprendido a elegir sus batallas”, es decir, han logrado distinguir los interlocutores serios de aquellos que no representan una oportunidad de apoyo hacia el tema.

Hay espacios y sujetos que son más receptivos que otros. Las integrantes de la Colectiva declaran haber percibido situaciones de roce con personas de mayor nivel educativo; de manera particular, señalan que en el ámbito académico “manosean el lenguaje feminista, lo expresan a su conveniencia”. Por otra parte, sucede lo contrario con personas menos formadas, en barrios o en conversatorios con “señoras de bajo nivel educativo”, quienes utilizan un lenguaje sencillo y cuyas vivencias pueden servir de ejemplo para que ellas analicen sus circunstancias familiares y laborales, en concordancia con una perspectiva de género (Cortez, Ponce, Hernández y Vergara, 2019).

En la interacción con profesionales de la salud, psicología y derecho, la Colectiva ha encontrado que sus discursos son contrarios. En temáticas como el aborto, los médicos ginecobstetras utilizan sus conocimientos acerca de la gestación y el embarazo para emitir juicios morales que pretenden deslegitimar sus posicionamientos; ante esto, las integrantes del grupo reconocen que presentan una falta de conocimientos en la materia para contrarrestar estos argumentos.

De igual manera, en el ámbito de la abogacía han recibido explicaciones basadas en la legislación para desacreditar la alerta de violencia de género. Lo mismo sucede con estudiantes de la carrera de Psicología, de la Universidad Autónoma de Nayarit, de quienes han recibido comentarios con un alto nivel de hostilidad; asimismo, en su experiencia con los medios de comunicación, al cuestionar el papel que juegan algunos de ellos, como la radio, donde han detectado programas en los que los abogados emiten opiniones que buscan minimizar la alerta de violencia de género en la entidad, con base en estudios de los cuales no se presenta una referencia clara a la audiencia.

En este mismo sentido, indican que cada vez que son invitadas a participar en foros, paneles, conferencias u otro tipo de actividades, los moderadores privilegian el título o la formación de otros participantes, mientras que ellas son presentadas como activistas, lo que le resta crédito a su grado académico. Esta distinción se ha repetido en los espacios educativos donde, aseguran, hay una desacreditación

hacia su trabajo de investigación por enfocarlo a temas con perspectiva de género. Una de las integrantes sugiere que “esto puede deberse a la práctica de la observación en el positivismo”, otra indica que los temas que proponen para investigación “son percibidos más como algo emocional que racional” (Cortez, Ponce, Hernández y Vergara, 2019).

Participación, “tejidos solidarios” y comunión

La articulación con otros grupos de activismo, nacionales o locales, como REDefine, Mujeres Creadoras o Marea Verde, hace que la Colectiva cuente con mayor capacidad para generar iniciativas con objetivos comunes y propios. A partir de estos vínculos ha crecido, en términos cualitativos, el diálogo sobre los temas de interés en las redes que gestionan; inclusive, se ha propiciado la apertura a problemáticas que causaban reticencia a sus seguidoras, las cuales se muestran flexibles respecto a los temas que promueven y comparten en las redes sociales. De esta manera, la participación y el involucramiento de las mujeres en las temáticas que suscitan a través de los medios sociales ha pasado por etapas que implican una transición de una resistencia o incredulidad, hacia una situación en la que ahora su trabajo es apreciado y reconocido, por una parte, pero cuestionado y atacado por oponentes al tema, por la otra.

La participación de mujeres en las actividades de la Colectiva es miscelánea: desempeñan labores de búsqueda de información, de colaboración, de participación política y de relaciones emocionales. En este último componente las mujeres llegan a un nivel de confianza en el que pueden utilizar el humor y el sarcasmo, pues van más allá del acercamiento de la búsqueda de información que difunde la Colectiva, para compenetrarse y construir un tejido solidario. Desde ahí, algunas mujeres paulatinamente llegan a politizarse; al unísono, otras agrupaciones reconocen e integran a su agenda política temas y causas de la Colectiva, con lo que se suman a este tejido. Por ende, el uso de las redes sociales ha favorecido el acercamiento de personas que muestran interés en las causas que defienden y promueven.

En el muro de Facebook de la Colectiva, la directriz es evitar la polémica o enfrasearse en discusiones estériles con personas que atacan el movimiento. Los comentarios hostiles de usuarios llevan al bloqueo de quienes los emiten, mientras que supuestos o preguntas como “¿qué pasaría si...?” ameritan dedicar tiempo para responderlas. Es claro para la agrupación que este medio fortalece la información, la divulgación y la socialización (a pesar de que consideran más efectivo el debate cara a cara).

Las interacciones en las redes sociales con los individuos que se acercan a la Colectiva son diversas: hay mujeres que las han contactado para preguntar cómo pueden unirse al grupo, y otras que ponen sus conocimientos al servicio de la agrupación. Al hacer un recuento de las circunstancias, aseguran que hay quienes se acercan a conocer el movimiento de viva voz y han cambiado la forma en que expresan sus opiniones de este; por ejemplo, amistades de las integrantes, a quienes el movimiento les parecía radical, tornaron su postura al reconocimiento de los argumentos, lo cual las llevó incluso a defenderlos, pues identifican los aspectos que sostienen como lucha de la Colectiva. En este sentido, se aclara que algunas mujeres reconocen y se identifican con los argumentos que guían al grupo, lo que lleva a unas a apoyar el movimiento de manera moderada, y a otras a arriesgarse y confrontar a los detractores de este.

En el ámbito laboral, una de las integrantes, que trabaja en centros educativos de nivel medio superior y universitario, en una clase de género, sin proponérselo con antelación, ha recibido la solicitud de sus alumnas de tratar el tema del feminismo. Comparte que en la exposición de este tópico ha recibido comentarios como “su clase me duele”, que son una clara manifestación de lo que pueden implicar las temáticas que visibilizan la condición de violencia, inequidad y discriminación de la mujer frente a la situación privilegiada del hombre.

En la participación de la Colectiva en escuelas a las que son invitadas, se tratan temas referentes a la violencia en el noviazgo y a los derechos sexuales y reproductivos, cuestiones que tienen una buena recepción entre los asistentes. Cabe señalar que algunos centros educativos privados las convocan para realizar charlas como una estrategia para cubrir estas temáticas de las cuales adolecen en su constitución curricular.

Estas instituciones educativas, además de facilitar las sesiones y asegurar la audiencia, ofrecen materiales gráficos e informativos, y llegan a distribuir preservativos con sabores que proporciona la REDefine México, una organización ciudadana que actúa para fortalecer el acceso y el ejercicio de los derechos sexuales y reproductivos. Pese a las invitaciones, las integrantes recuerdan, a manera de anécdota, que “nunca sabemos en qué momento un asistente hará de un taller o conferencia, un debate con base en prejuicios morales a temáticas como la del aborto” (Cortez, Ponce, Hernández y Vergara, 2019).

Así, la convergencia en torno a sus ideas, proyectos y objetivos se presenta mayormente en las relaciones interpersonales que en lo político; estas relaciones las consideran dentro de lo político porque desde ahí generan opiniones y posicionamientos públicos. Más que obrar desde la intención de promover una conversión al feminismo, su intención es crear identidad y manifestar que, desde el feminismo, ellas se reconocen por lo que son.

Además, este posicionamiento las ha impulsado a lograr su propio desarrollo humano “a través de herramientas feministas”, las cuales comparten para ayudar a prevenir la violencia, la discriminación y las condiciones de iniquidad, y a defender a otras mujeres que aún no tienen acceso a estos instrumentos e información.

La Colectiva comprende las reacciones de otras mujeres respecto al feminismo porque se dan cuenta que existe una presión social por deslegitimar e invisibilizar los movimientos y las causas de los feminismos. Las integrantes saben que desde la ignorancia o el dolo pueden llegar a minimizar a una mujer solo por incluirse en las luchas del feminismo, y lo mismo ocurre con la diversidad sexual; por ello, el grupo converge con estos movimientos sociales.

La discriminación es el principio político desde el cual los grupos unifican causas, afirman que “esto ocurre desde la praxis, no desde la teoría; se trata de ser congruentes desde la vida personal. Sin praxis no existe la teoría, al menos en el feminismo”, ni la posibilidad de unificar causas. Lo anterior se refuerza cuando advierten que hay funcionarias y funcionarios que emiten juicios u opiniones sobre el feminismo y participan en conferencias solo porque se les paga, “esto nos

da herramientas para identificar la falsedad en los discursos políticos” (Cortez, Ponce, Hernández y Vergara, 2019).

Fortalecimiento del grupo: la autoestima, el reconocimiento y el respeto

Las muestras de reconocimiento, respeto y afecto hacia la organización han venido tanto de personas como de otras agrupaciones, mas son “los despertares de quienes transforman su percepción a partir del contacto que tienen con la Colectiva”, así como la acción de compartir en los medios sociales, lo que fortalece al grupo. Asimismo, hay mujeres que, en un tono de reclamo, declaran que eran más felices antes de aprender y conocer sobre el feminismo, aunque posteriormente corrigen y reconocen que es mejor “pasar por esta toma de consciencia”.

Aun cuando algunos espacios o instituciones públicas no admiten la importancia de los movimientos a favor del feminismo, reconocen la existencia de la Colectiva Feminista en Nayarit, por lo que son convocadas a participar en conferencias, paneles y otras actividades, en función de los vínculos que tienen sobre temas como literatura, medio ambiente o abogacía, por ejemplo. En estos eventos, que no se relacionan con su activismo, las integrantes piden que las presenten como miembros y no como voceras, representantes, presidentas o cualquier otro título que implique una verticalidad en la organización de las funciones desarrolladas dentro de la Colectiva; además, según el carácter de la colaboración y la audiencia, prefieren que incluyan su grado académico como parte de su presentación. De antemano, aclaran que esto no es prioridad para ellas, ya que lo entienden como clasismo; sin embargo, si se trata de un espacio institucional piden que las presenten con su grado de estudio, ya que no hacerlo en estas áreas, donde interactúan con hombres, lo consideran como un mecanismo de discriminación de género.

En los casos en los que su participación se presenta en espacios compartidos solo con mujeres especialistas con un mayor grado académico, las integrantes de la Colectiva prefieren que las llamen solo por su nombre; mientras que en

conversatorios con mujeres piden ser presentadas solo como integrantes, ya que esto podría asegurar una relación específica de comunicación con los asistentes según la función que desempeñan en el grupo. Respecto a los criterios para la participación y la responsabilidad, ser congruente y estar a favor de las ideas de este proyecto es primordial. Se ha presentado el caso de mujeres que han manifestado su interés de participar que “han sido descartadas por no haber podido demostrar un nivel suficiente de involucramiento. Quienes estamos integradas a la Colectiva lo hacemos por afinidad” (Cortez, Ponce, Hernández y Vergara, 2019). Es importante mencionar que los hombres están descartados para ser integrantes de la organización (a menos que sea para participar en actividades en las que esto está permitido), ya que la Colectiva no incluye temas relacionados con las nuevas masculinidades.

Vida democrática

En eventos públicos, las intervenciones de la Colectiva tienen la atención de la audiencia, pero poco se toma en cuenta lo que ellas aportan en tanto feministas para la agenda política del estado. De acuerdo con su experiencia, a nivel estatal, se percibe reticencia a los temas que impulsan, por ser considerados demasiado progresistas; así, el diálogo con legisladores ha sido un soliloquio. Las integrantes consideran que en Nayarit tienen la empatía de algunos, pero no hay una oposición bien formada, ni una línea política radical que apoye su trabajo o a la cual puedan sumarse.

Además, las integrantes de la agrupación no han recibido ataques directos, como sí ocurrió en Puebla, cuando las manifestantes de diversas colectivas fueron sacadas a empujones de las instalaciones de la Fiscalía General del Estado de Puebla tras exigir justicia para Michel Ivonne (Hernández, 2020); sin embargo, no están exentas de manifestaciones violentas, pues “hemos recibido amenazas de agresión, violación e incluso asesinato, por defender el aborto” (Cortez, Ponce, Hernández y Vergara, 2019).

La socialización en las redes sociales contribuye con la presión política para que se atiendan los temas de interés para la Colectiva, pero esto no ha sido suficiente en términos legislativos. Por ejemplo, el Código Civil del Estado de Nayarit no impide la adopción por parte de parejas del mismo sexo; sin embargo, el Consejo de Adopciones del Estado no resuelve de manera favorable este tipo de solicitudes. Asimismo, el aborto se encuentra en esta situación: “En Nayarit es legal [abortar] en caso de violación, pero ello no significa que esta información se les dé a las víctimas que acuden al centro de salud para optar por ello; el personal médico no está capacitado para atender situaciones de esta índole” (Cortez, Ponce, Hernández y Vergara, 2019). Estas situaciones demuestran que, aunque no exista un impedimento de ley, esto no significa que el derecho a lograrlo quede garantizado.

Otra circunstancia similar ocurre con la Ley de Acceso a las Mujeres a una Vida Libre de Violencia para el Estado de Nayarit, la cual especifica claramente qué es la violencia de género, qué es el Sistema Estatal para Prevenir y Erradicar la Violencia en contra de las Mujeres y quiénes deben integrarlo. No obstante, las integrantes de la Colectiva señalan que “los titulares de las instituciones involucradas aseguran que el sistema no se integró porque desconocen quiénes deben componerlo; la plataforma legal es posible que no esté mal, sino el proceder de los funcionarios” (Cortez, Ponce, Hernández y Vergara, 2019).

Otras malas experiencias que las integrantes de la Colectiva han vivido con las instituciones, y en particular con las personas que las sostienen, están relacionadas con la atención deficiente que estas proporcionan a las víctimas de violencia de género, ante lo cual la agrupación ha solicitado que no se agreda, ignore o discrimine a las mujeres que acuden a presentar denuncias. Los ejemplos anteriores indican que “tendrán que pasar muchos años para que, en toda la entidad a nivel político, se dé un diálogo a favor de una agenda comprometida con los temas que continúan aquejando las realidades de las mujeres nayaritas” (Cortez, Ponce, Hernández y Vergara, 2019).

Conclusiones

A partir de problematizar un caso particular, la intención de esta investigación ha sido indagar cómo está organizado un grupo de mujeres feministas, cuáles son las estrategias comunicativas que utilizan en las redes sociales, qué competencias mediáticas poseen y cómo las ponen en juego con el activismo que realizan. Para este trabajo, se llevó a cabo una breve contextualización de la problemática nayarita, en relación con la situación de violencia de género hacia la mujer, que presenta graves aspectos en la discriminación a la diversidad sexual y al derecho a la libre determinación sobre la maternidad.

Frente a este escenario, los nuevos movimientos sociales (de jóvenes, podríamos añadir), como las organizaciones feministas, se han arropado con el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación, y en particular con el uso de las redes sociales, para la planificación y la organización de su repertorio de lucha, la difusión y el monitoreo informativo, la proyección nacional e internacional de sus objetivos y solidaridades, la definición de sus objetivos e identidad, entre muchos otros aspectos.

En este capítulo se presentó la narrativa de las activistas en torno a categorías que permitieran captar, en última instancia, si se tienen las competencias mediáticas y si se hace uso de las redes sociales para implementar una comunicación para el cambio, lo que pone en cuestión la existencia de una valoración ciberoptimista del fenómeno (Barranquero, 2012).

Es posible afirmar que esto es apenas un acercamiento para comprender el acceso y la apropiación social de estas redes, pues este trabajo ha mostrado la diversidad de planteamientos teóricos y la complejidad de situaciones sociales en torno al uso social para el cambio de las nuevas tecnologías de la comunicación. Es necesario, además, abrir el panorama de la revisión literaria, así como ampliar la inmersión en las experiencias de los sujetos sociales envueltos en estos procesos. A manera de conclusiones, se enuncia una serie de puntos para la reflexión, y se hace una mención de cuáles serían los siguientes pasos investigativos en este estudio de caso.

Las formas en las que se expresa la brecha digital en esta agrupación son diversas, pero muy concretas: el acceso a equipos adecuados y a la conectividad necesaria es resuelta por los colectivos a través de sus aportes, resoluciones individuales, donaciones y cooperaciones. En entornos urbanos, como en los que se desarrolla la Colectiva, es factible solucionar este aspecto; sin embargo, en otros contextos –no muy lejanos de la circunscripción de Tepic– esta situación representa un reto importante en el que puede ahondarse.

Así, la formación de competencias digitales es un aspecto que la Colectiva atiende sobre la marcha; aunque de manera práctica, también resulta incierta en momentos, ya que las colaboraciones son informales y no tienen muchas opciones para obtener estas habilidades u ofrecer soluciones técnicas rápidas y efectivas a los problemas que se presentan. Si bien las integrantes cuentan con una trayectoria educativa que les ha aportado una alfabetización computacional y las ha adiestrado en el uso de las redes sociales, no se han insertado en un proceso formativo formal, atribuible a la falta de opciones accesibles de capacitación. La división de trabajo es un factor que les ha coadyuvado a solucionar la parte técnica, al atribuir estas tareas a personas, dentro o fuera de la organización, que poseen las competencias mediáticas, lo que podría calificarse como una apropiación limitada de estas.

La vía de comunicación por redes, a través de internet, está presente desde el inicio de la Colectiva; y tras operar varias de las opciones, con el tiempo se decantó por dos plataformas vigentes (Facebook y WhatsApp) para el monitoreo y la difusión de campañas (la más reciente es la de #MeToo) y la organización de eventos. Esto ha permitido al grupo conectar con mujeres y organizaciones para adscribirlas virtual o presencialmente a sus actividades y, así, generar discusiones polémicas en línea, con las limitantes que esto implica.

No obstante, la Colectiva plantea que su estrategia de comunicación más valiosa es *offline*, por canales físicos e interpersonales, donde verifican una mayor sensibilidad e impacto en sus actividades, y logran ampliar un capital social, al expresar en formas solidarias lazos emocionales y afectivos con mujeres mediante el conocimiento de sus problemas concretos. Esta preferencia no deja de lado que

varios de estos valiosos contactos se han logrado a través de comunicaciones en línea, por las redes sociales.

Como último punto a reflexionar, al parecer la proyección de la Colectiva es fundamentada por los antecedentes (profesionistas y activistas) de las integrantes, e impulsada por su papel de líderes de opinión en las acciones en espacios públicos y en medios. Esta combinación ha permitido que la agrupación se ubique en un lugar visible en el ámbito de las organizaciones feministas del estado, lo que posiciona a las redes sociales como una herramienta importante, aunque no fundamental, en su labor como activistas.

Referencias

- Banco Nacional de Datos e Información sobre Casos de Violencia contra las Mujeres (BANAVIM). (2012). Información del estado: Nayarit. Recuperado de: https://banavim.segob.gob.mx/Banavim/Informacion_Publica/Informacion_Publica.aspx
- Barranquero Carretero, A. (2012). Redes digitales y movilización colectiva. Del 15-M a las nuevas prácticas de empoderamiento y desarrollo local, en M. A. Martínez Hermida y F. Sierra Caballero (eds.), *Comunicación y desarrollo. Prácticas comunicativas y empoderamiento local* (pp. 377-400). Barcelona, España: Gedisa.
- Benítez Eyzaguirre, L. (2012). La perspectiva de género en comunicación y desarrollo, en M. A. Martínez Hermida, y F. Sierra Caballero (eds.), *Comunicación y desarrollo. Prácticas comunicativas y empoderamiento local* (pp. 201-239). Barcelona, España: Gedisa.
- Butriago, A. (2015). *La educación mediática y los profesionales de la comunicación*. Barcelona, España: Gedisa.
- Diario Oficial de la Federación (DOF). (2007). *Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia*. México: Secretaría General, Secretaría de Servicios

- Parlamentarios. Recuperado de: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/209278/Ley_General_de_Acceso_de_las_Mujeres_a_una_Vida_Libre_de_Violencia.pdf
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Casero-Ripollés, A. (2015). Estrategias y prácticas comunicativas del activismo político en las redes sociales en España. *Historia y Comunicación Social*, 20(2), 533-548. Recuperado de: <http://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/51399>
- Colectiva Feminista Nayarit. (s/f a). *Información* [página de Facebook]. Recuperado en agosto de 2019 de: <https://www.facebook.com/Colectiva-Feminista-Nayarit-1700206310207753/about>.
- Colectiva Feminista Nayarit. (s/f b). *Eventos* [página de Facebook]. Recuperado en agosto de 2019 de: https://www.facebook.com/pg/Colectiva-Feminista-Nayarit-1700206310207753/events/?ref=page_internal.
- Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres (CONAVIM). (2012). *Informe de Actividades de la Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres 2011-2012*. México: Secretaría de Gobernación. Recuperado de: <http://www.conavim.gob.mx/work/models/CONAVIM/Resource/527/3/images/InformeActividadesCONAVIM.pdf>
- Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres (CONAVIM). (2016). Informe del Grupo de Trabajo Conformado para Atender la Solicitud Avgm/06/2016 de Alerta de Violencia de Género Contra las Mujeres en el Estado de Nayarit. Recuperado de: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/133816/Informe_del_Grupo_de_Trabajo_conformado_para_atender_la_Solicitud_de_AVGM_en_el_estado_de_Nayarit.pdf
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL). (2012). *Informe de pobreza y evaluación en el estado de Nayarit 2012*. México: CONEVAL.
- Cortez, G.; Ponce, G.; Hernández, E. y Vergara, N. (2019). El uso de redes sociales en organizaciones feministas [entrevista]. Tepic: UAN.

- Gamucio, A. (2012). Comunicación y cambio social: raíces ideológicas y horizontes teóricos, en M. A. Martínez Hermida y F. Sierra Caballero (eds.), *Comunicación y desarrollo. Prácticas comunicativas y empoderamiento local* (pp. 25-56). Barcelona, España: Gedisa.
- Hernández, G. (2020). Feministas que exigían justicia para Michelle son sacadas a empujones de la Fiscalía de Puebla. *Proceso*. Recuperado de: <https://www.proceso.com.mx/nacional/estados/2020/6/3/feministas-que-exigian-justicia-para-michelle-son-sacadas-empujones-de-la-fiscalia-de-puebla-243920.html>
- Horton, F. (2007). *Understanding Information Literacy: A primer*. París, Francia: UNESCO.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2020). *Comunicado de prensa núm. 379/20*. México, Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2008). *Las mujeres en Nayarit. Estadísticas sobre desigualdad de género y violencia contra las mujeres*. México: INEGI-INIFEM. Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/app/biblioteca/ficha.html?upc=702825001651>
- Lau, Jesús y Cortés, Jesús. (2009). Habilidades informativas: convergencia entre ciencias de información y comunicación. *Comunicar*, 16(32), 21-30.
- Martínez Hermida, M. A. y Sierra Caballero, F. (eds.). (2012). *Comunicación y desarrollo. Prácticas comunicativas y empoderamiento local*. Barcelona, España: Gedisa.
- McDowell, L. (2000). *Género, identidad y lugar. Un estudio de las geografías feministas*. Madrid, España: Cátedra.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (2014). *Indicadores de Desarrollo Humano y Género en México: nueva metodología. Identificar las barreras para lograr la igualdad*. México: PNUD. Recuperado de: <https://www.undp.org/content/dam/mexico/docs/Publicaciones/PublicacionesReduccionPobreza/InformesDesarrolloHumano/DHyG%20baja%20res.pdf>

- Secretaría de Gobernación. (2005). *Segundo Informe de Gestión. Comisión para prevenir y Erradicar la Violencia en contra de las Mujeres de Ciudad Juárez*. México: Secretaría de Gobernación. Recuperado de: https://catedraunescohdh.unam.mx/catedra/mujeres/menu_superior/Feminicidio/2_Info_nac/11.pdf
- Ulloa, Y. (2018, 17 de septiembre). Registra Nayarit mil 82 casos de violencia contra mujeres. *Meridiano.mx*. Recuperado de: <https://meridiano.mx/seccion/nayarit/33587/0>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2008). *Indicadores del desarrollo mediático; marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social*. París, Francia: UNESCO.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2011). Unificando nociones de alfabetización mediática e informacional. *Media and Information Literacy for teachers*. UNESCO/Alianza de Civilizaciones.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2013). *Media and Information Literacy; Policy and Estrategy Guidelines*. París, Francia: UNESCO.

SOBRE LOS AUTORES

Édgar Arturo Flores Larios

Doctor en Ciencias Sociomédicas por la Universidad de Guadalajara, México. Actualmente es jefe del Departamento de Salud Comunitaria en el Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado de Jalisco. Líneas de investigación: salud comunitaria, atención primaria de salud y antropología médica. Correo electrónico: drcssmedgar@gmail.com

Francisca José Ortiz Ruiz

Doctora en Sociología por la Universidad de Manchester, en Reino Unido. Actualmente es profesora en esta universidad y participa en diversos proyectos de investigación relacionados con métodos mixtos, género, sociología relacional y gerontología social. Correo electrónico: franortizruiz@gmail.com o francisca.ortiz@manchester.ac.uk

Francisco Javier Cortázar Rodríguez

Doctor en Ciencias de la Información y la Comunicación por la Universidad de París 13, Francia. Es profesor investigador del Departamento de Estudios en Comunicación Social (DECS), del Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (CUCSH), de la Universidad de Guadalajara, México. Perfil PRODEP, SNI 1. Correo electrónico: francisco.cortazar@academicos.udg.mx

Hilda Antuanett Espinosa Fragoso

Maestra en Mercadotecnia por el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, México. Es profesora investigadora del Programa Académico de Comunicación y Medios de la Unidad Académica de Ciencias Sociales en la Universidad Autónoma de Nayarit. Correo electrónico: hilda.espinosa@uan.edu.mx

Jesús Manuel Cárdenas Hinostroza

Maestro en Imagen, Arte, Cultura y Sociedad por la Universidad Autónoma del Estado de Morelos, México. Interesado en las imágenes santorales para la diversidad sexual desde una visión integral y desde las poblaciones LGBT+. Correo electrónico: j.cardenas2021@gmail.com

Joel Ruiz Sánchez

Doctor en Sociología, profesor investigador de tiempo completo en la Facultad de Estudios Sociales en la Universidad Autónoma del Estado de Morelos, México. Líneas de investigación: migración, violencia y estudios sociales sobre la imagen. Correo electrónico: joel.ruiz@uaem.mx

Lázaro Marcos Chávez Aceves

Doctor en Ciencias Sociales por El Colegio de Jalisco, México. Profesor investigador de tiempo completo en el Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara. Perfil PRODEP, SNI 1. Líneas de investigación: población LGBT+, identidad y género. ORCID: orcid.org/0000-0002-4208-7250. Correo electrónico: lazaro.chavez@udgvirtual.udg.mx

Luis Antonio Fernando Bonifaz Moreno

Maestro en Sociología del Trabajo. Candidato a doctor en Ciencias Políticas y Sociales y profesor en el Programa Académico de Comunicación y Medios de la Universidad Autónoma de Nayarit, México. Coordinador del cuerpo académico Comunicación y Sociedad. Perfil PRODEP. Correo electrónico: lantonio_bonifaz@yahoo.com

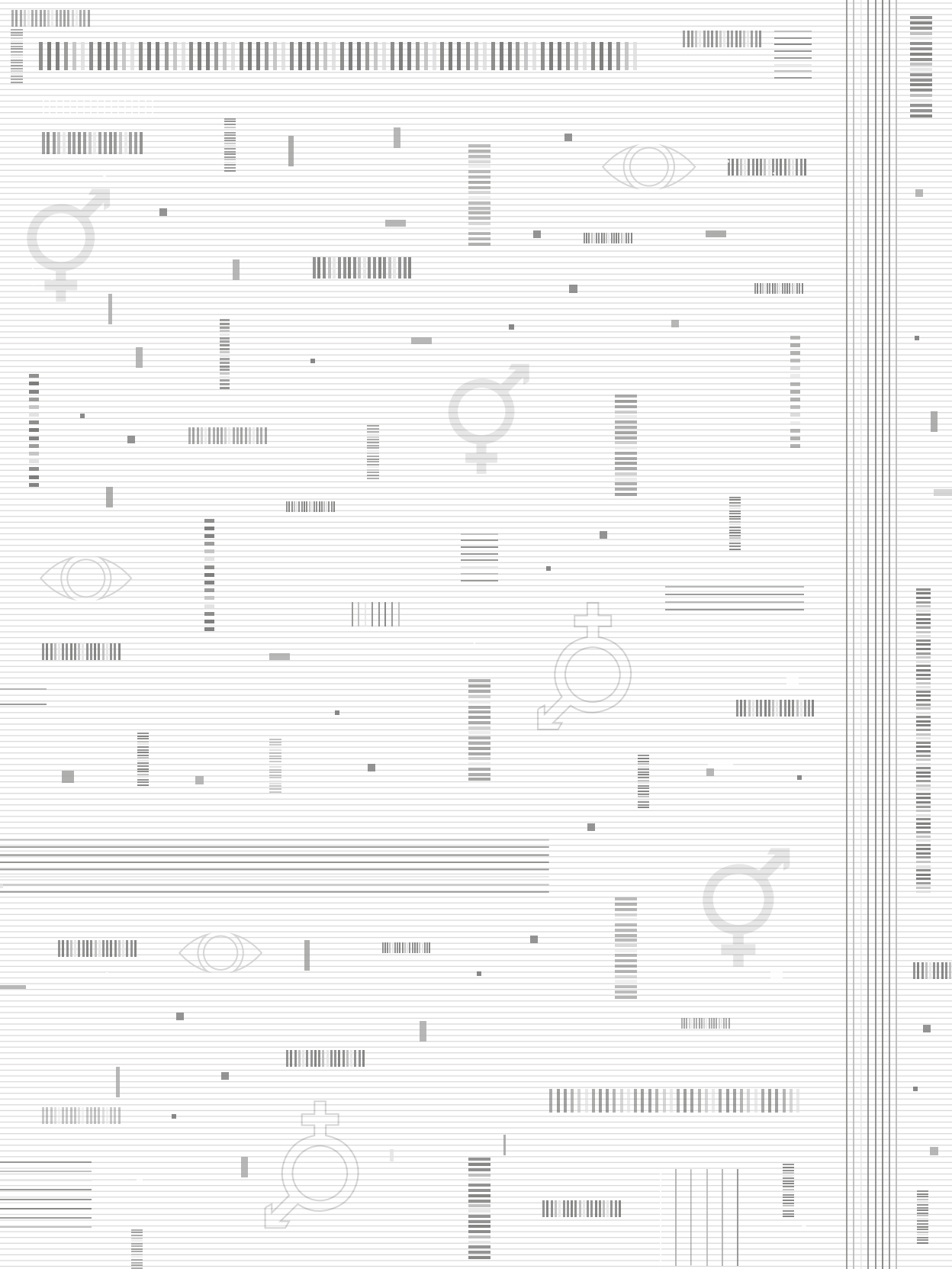
Salvador Medina García

Licenciado en Sociología con especialidad en Comunicación Social por la Universidad de Guadalajara, México. Correo electrónico: smgusuario@gmail.com

El género y su impacto para los estudios en la era digital
se terminó de editar en julio de 2021 en el Sistema de Universidad Virtual
Guadalajara, Jalisco, México

Esta edición consta de 1 ejemplar

Editado en la Unidad Editorial de la Coordinación de Recursos
Informativos de UDGVirtual: Alicia Zúñiga Llamas, edición;
Sergio Alberto Mendoza Hernández, María Fernanda Saldívar Prado,
Karen Sofía González Vizcarra, corrección de estilo y cuidado editorial;
Omar Alejandro Hernández Gallardo, Hilda Martínez Miranda,
diagramación e infografía y diseño de portada



La era digital ha puesto de manifiesto grandes transformaciones en las dinámicas de socialización, que se han extendido con la virtualización de la vida cotidiana en el mundo. En este contexto, el género se ha convertido en una categoría clave para explicar las nuevas configuraciones simbólicas que se dan en las relaciones sociales, y examinar la persistencia de viejas formas simbólicas.

Los seis capítulos que componen este libro analizan algunos aspectos de la relación entre el género y la era digital. Cada uno pone al centro de la reflexión el cuerpo humano como el receptáculo que perpetúa formas simbólicas para la dominación y la emancipación de identidades y expresiones de género en el mundo real y en la virtualización de este.

ISBN: 978-607-571-199-7

