



INFORME FINAL DEL TRABAJO PRÁCTICO
“NUEVAS CONDICIONES DE CIRCULACIÓN
DISCURSIVA”

SEMIÓTICA DE REDES

Cátedra: Mario Carlón

2020

Integrantes grupo 4:

- **Kippes, Lourdes**
- **Peysaré, Francisco**
- **Tolosa, Matias**
- **Tycholis, Lourdes**

Desde siempre los individuos hemos tenido la necesidad de seguir estándares y reglas sociales para pertenecer a un determinado ambiente o grupo social. Estos son los tan aborrecidos, pero a la vez, tan admirados estereotipos. Entendemos a estos, según la definición de la RAE, como una “imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable”. La educación, la cultura y la historia fueron moldeando estos estereotipos para categorizarlos como hegemónicos y por ende, los únicos bien vistos y aceptados. Diversos estereotipos se fueron arraigando en la sociedad siendo los medios masivos y las redes sociales sus principales aliados y dispositivos de persistencia.

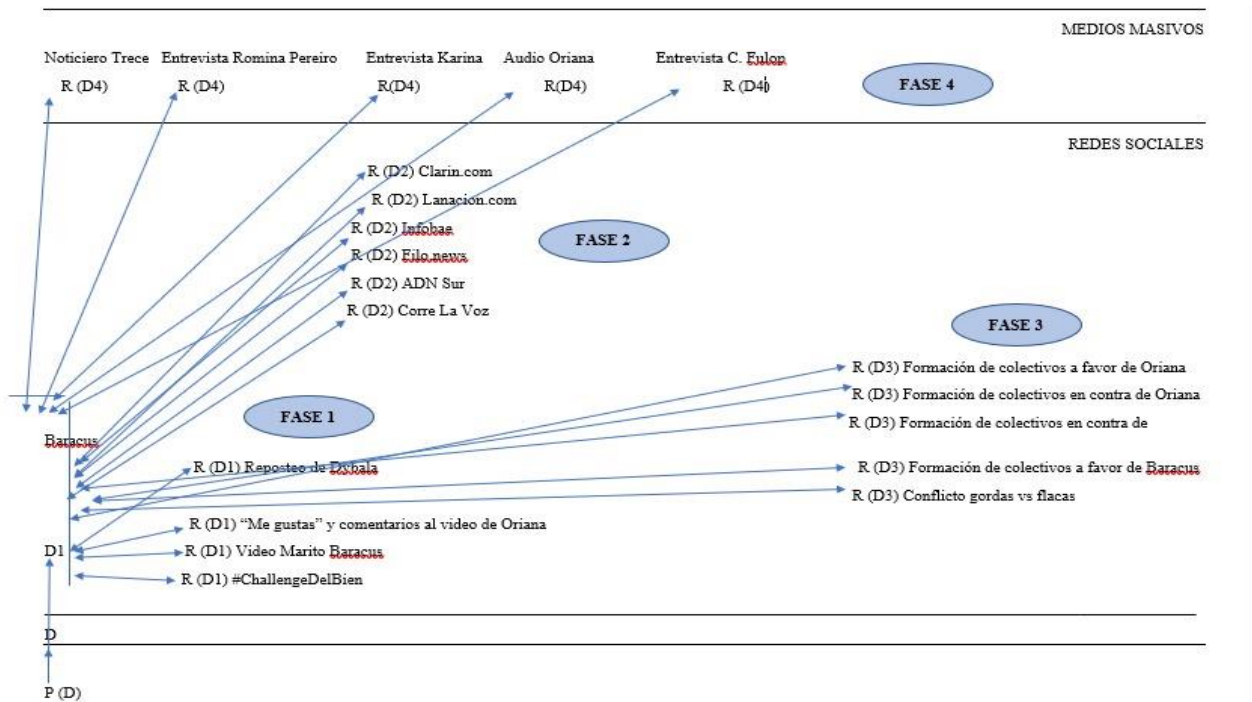
En la actualidad estos dispositivos se encargan de moldear y condicionar nuestro día a día. Ambos conviven y funcionan bajo normas y lógicas culturales similares. Por un lado, los *likes*, los *follow* y los *retweets* se volvieron los nuevos indicadores de aprobación en las redes sociales. Miden el deseo, generan tendencias y hasta determinan tu jerarquía social. Estos mismos se ven reflejados en los medios masivos donde los contenidos y las tendencias de las plataformas se trasladan hacia la televisión. A su vez, los medios masivos determinan la agenda y tendencias en las redes sociales, desplazando una vez más los parámetros de un lado a otro. Entonces, podemos observar cómo los medios masivos y las redes sociales se retroalimentan entre sí.

Tanto uno como otro insta a sus usuarios y espectadores a seguir un régimen estandarizado en cuanto a lo visual, tanto lo corporal como lo estético, que resulta funcional a la hegemonía que perpetúan. Las imágenes, las tendencias y los cuerpos circulan de un lado a otro construyendo un sentido común dominante donde la mayoría queda al margen. Son estos mismos estándares de belleza y estética los que determinan, de alguna manera, si sos aceptado o rechazado en determinados círculos sociales. A raíz de ello surgen grandes consecuencias como los trastornos alimenticios. Según un informe de la Fundación La Casita, un centro de atención y prevención para adolescentes y jóvenes que sufren trastornos alimenticios, Argentina es el segundo país a nivel mundial con más casos de anorexia. Las estadísticas dicen que uno de cada tres adolescentes tiene desorden alimenticio y uno de cada siete adolescentes tiene problemas con su cuerpo.

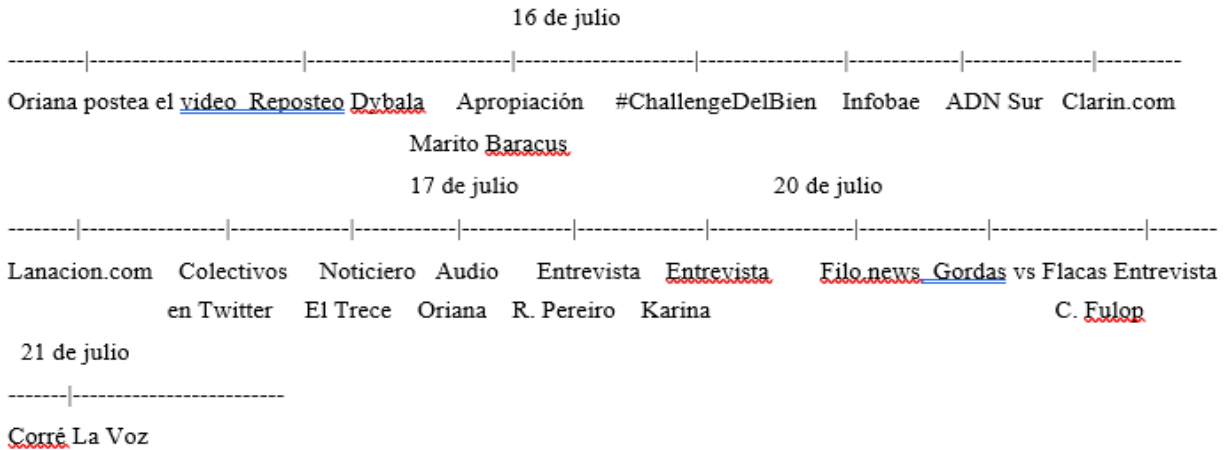
Por consiguiente, nos preguntamos, ¿es posible transformar ese carácter inmutable que nombra la RAE? ¿Realmente podemos llegar a dejar de lado los estereotipos de belleza? ¿Llegará un punto donde los propios medios masivos y redes sociales dejen de alimentarse de los estereotipos que ellos mismos perpetúan? ¿Qué pasa cuando una figura mediática e influyente como Oriana Sabatini habla de estos temas?

El caso seleccionado es precisamente un posteo de Oriana Sabatini en su cuenta de Instagram. En este se observa un video amateur de la actriz donde muestra las “imperfecciones” de su cuerpo, tales como su celulitis, su flacidez y sus estrías. De esta forma, pone en jaque los estereotipos impuestos y reproducidos por la sociedad. Este caso es un testimonio personal que abre un debate para repensar y analizar diferentes actitudes y enunciaciones en torno a los cuerpos. Es a partir de este relato que se pueden identificar diferentes posiciones y temas que surgen, como las prácticas individuales y los debates alrededor de las presiones de la sociedad que sufren las identidades feminizadas en torno a sus cuerpos; o la aparición de la militancia de los cuerpos gordos, que no son aceptados y son presionados socialmente, y que en la actualidad están tomando cierta relevancia.

NIVEL DE OBSERVACIÓN DIACRÓNICO



Línea de tiempo:



En el gráfico podemos ver que la **fase 1** comienza cuando se produce un cambio de escala del vídeo en el momento que asciende del ámbito privado al público. Es por eso que identificamos como **(D)** al video almacenado en su celular, mientras que **(D1)** corresponde al mismo video en cuestión en el momento en que se publica en las redes sociales. Es decir, el discurso de origen **(D1)** comienza cuando la celebrity, Oriana Sabatini, decide publicar el video mostrando sus imperfecciones estéticas.

Lo que en el gráfico vemos como **R(D)** representa los reconocimientos que tiene el posteo de Oriana. Nosotros pudimos recolectar cuatro de estos. En primer lugar, **R(D1)** corresponde a los usuarios que interactúan con su publicación. En segundo lugar, identificamos como **R(D1)** al video de burla que hizo Marito Baracus. Como **R(D1)** destacamos el mensaje de apoyo mostrado por Paulo Dybala, pareja de Oriana Sabatini. Vale remarcar que el sentido de este reconocimiento es levemente vertical debido a que Paulo Dybala cuenta

con 40 millones de seguidores, un número mucho más elevado que el de los seguidores de su novia. Por ende podemos advertir que no es el mismo estatuto. Por último, podemos ubicar como **R(D1)** al reconocimiento generado por el “#ChallengeDelBien” llevado a cabo por Agustina Cabaleiro y Brenda Mato (activistas gordas) en sus redes sociales.

En la **fase 2** encontramos nuevas condiciones de reconocimiento que aparecen señaladas en el gráfico. En esta ocasión los reconocimientos sucedieron en los medios masivos digitales y en medios digitales. Dentro de los medios masivos digitales, como **R(D2)** identificamos a Clarín (clarín.com) y como **R(D2)** a La Nación (lanación.com). Por otra parte, como medios digitales encontramos a Infobae como **R(D2)**, a Filo.news expresado como **R(D2)**, a ADN Sur como **R(D2)** y por último a Corré La Voz como **R(D2)**.

En la **fase 3** resaltamos tres nuevas condiciones de reconocimiento que se dan en el campo de las redes sociales. En primera instancia, observamos como **R(D3)** a los colectivos mediáticos formados en apoyo a Oriana Sabatini en la plataforma de Twitter. También en Twitter nos encontramos con los colectivos mediáticos formados en contra o en desacuerdo con Oriana que aparecen graficados como **R(D3)**. A su vez, como **R(D3)** ubicamos a los colectivos formados en apoyo a la burla de Marito Baracus y como **R(D3)** a los colectivos en contra de esa apropiación risible del youtuber. En última instancia vemos un último reconocimiento que aparece graficado como **R(D3)** y representa el accionar de las referentas del activismo gorde tales como Agustina Cabaleiro y Brenda Mato, quienes comenzaron un *challenge* en Instagram: el #ChallengeDelBien.

En la **fase 4** hallamos nuevas condiciones de reconocimiento que se presentan en los medios masivos tradicionales. Este es el caso de El Noticiero Trece (El Trece) que mostró el video de Oriana junto con el pie de foto mientras que las conductoras Alejandra Peñalva y Silvia Martínez Cassina comentaron acerca del asunto. Este reconocimiento aparece en el gráfico como **R(D4)**. Otro de los reconocimientos que percibimos y se grafica como **R(D4)**, fue el del programa matutino *Nosotros a la mañana (El Trece)*, donde uno de sus panelistas se puso en contacto vía Whatsapp con la protagonista para retomar en primera persona el posteo y sus repercusiones. A su vez, el mismo día, en el mismo programa, participó una especialista en el tema, la Licenciada en Nutrición Romina Pereiro, quien opinó acerca del problema alrededor de los cuerpos. Ese nuevo reconocimiento se manifiesta en el gráfico como **R(D4)**. Asimismo, otro reconocimiento, graficado como **R(D4)**, se dio en el programa *Los Ángeles de la Mañana*, donde incorporaron a la nota otro testimonio además del de Oriana, en el que Karina “La princesita” fue entrevistada por Angel de Brito y contó todo lo que ella sufrió. Unos días después, en un nuevo reconocimiento sobre el discurso de Oriana, Catherine Fulop, fue entrevistada en el programa de chimentos *Los ángeles de la mañana*, donde confesó que la noticia los tomó a todos por sorpresa. Este último reconocimiento fue graficado como **R(D4)**.

Propiedades de la circulación

El caso analizado posee una circulación hipermediática en donde suceden varios fenómenos en simultáneo: una **dirección ascendente-descendente** y su vez una **dirección horizontal**. Su circulación cuenta en total con cuatro fases. El caso inicia con una primera fase ascendente debido a que el discurso de origen comienza cuando el video pasa de lo privado a lo público y se publica en redes, es por ello que encontramos su origen en la plataforma de Instagram. Del mismo modo, se presenta una dirección horizontal ya que al momento en que la actriz postea la publicación, se produce una comunicación entre “pares”: aquellos usuarios que tienen diferente estatuto que Oriana, pero el mismo entre ellos, comienzan a interactuar con su publicación a través de *likes*, comentarios y *reposts*. Uno de los principales discursos en reconocimiento que se produjo en esta primera fase fue el video de Marito Baracus parodiando a Oriana en la plataforma de Instagram. Esto generó varias disputas entre los usuarios, por considerarlo machista e inapropiado. Otro reconocimiento que vale la pena destacar es el del #ChallengeDelBien, llevado a cabo por las activistas Brenda Mato y Agustina Cabaleiro, que incita a los usuarios a interactuar con responsabilidad ante contenidos que ofenden o discriminan.

La primera fase tiene una circulación levemente ascendente hacia la segunda fase que se inscribe en portales de Internet. En esta etapa consideramos a las notas de, por un lado Clarín, titulada “Oriana Sabatini reveló que sufrió trastornos alimenticios durante 10 años: “Pasé desde una anorexia al atracón” y por el otro

La Nación, titulada “Oriana Sabatini reveló que hace diez años sufre trastornos alimenticios y mostró su cuerpo "fuera de pose" en un video”, como dos de los reconocimientos más relevantes. Estos nos sirvieron para comparar la forma de narración desde la instantaneidad, adjudicándole, a cada uno de estos medios masivos con soporte digital, una valoración tanto positiva como negativa. Por otro lado, destacamos la nota de Filo.news titulada “Gordas versus Flacas: esa incómoda y dolorosa guerra inexistente” ya que pone en cuestión la dialéctica “gordas versus flacas”. Por último, reconocemos la importancia de la nota “Amor propio en redes: Debates en torno a los cuerpos femeninos” de Corré La Voz ya que puntualiza la temática del amor propio en las redes y este corresponde al último discurso que incorporamos en nuestro trabajo.

En la tercera fase vemos cómo desciende nuevamente hacia las redes sociales y, al mismo tiempo, se van conformando ciertos colectivos. Por lo tanto, podemos percibir también una dirección horizontal al dar cuenta que los actores individuales del mismo estatuto interactúan entre sí en las redes sociales y en sus respectivos colectivos conformados allí. Principalmente esto ocurre en la plataforma de Twitter donde se generan colectivos a favor y en contra de Oriana. Sin embargo, la conformación de colectivos no quedó únicamente allí. En esta fase también podemos ubicar el video subido a Youtube de Onlinemami en el que, luego de ataques cibernéticos por parte de los fans de Oriana debido al #ChallengeDelBien, la activista gorda se defiende aclarando que no era un conflicto personal con la cantante, sino contra las cuentas que utilizan la falsa consigna del amor propio para captar a su público. De esta manera plantea implícitamente una rivalidad de gordas versus flacas, dialéctica que más tarde Filo.news se encarga de explicitar.

Por último, en la cuarta fase, observamos el ascenso del caso desde las redes sociales hacia los medios masivos tradicionales. Dentro de esta etapa podemos reconocer ciertos discursos en reconocimiento para destacar. Uno de ellos en el programa matutino *Nosotros a la mañana* (El Trece) donde el panelista Tomás Dente logra ponerse en contacto vía Whatsapp con la protagonista del discurso, siendo esta la primera y única vez en la que Oriana habla sobre el posteo. Este mensaje dio lugar al debate en el equipo del programa. Y a diferencia de muchos otros reconocimientos, en *Nosotros a la mañana* se privilegió la voz autorizada de una invitada especial: la licenciada en nutrición Romina Pereiro. Por otro lado, Ángel de Brito en *Los Ángeles de la mañana* no se queda atrás. En primer lugar, entrevista a Karina “La princesita” sobre la discriminación en los medios en torno a su cuerpo y luego a la madre de Oriana, Catherine Fulop, quien cuenta su versión como madre de la protagonista.

En relación a las temporalidades de las fases podemos ver cómo el caso se va desarrollando de la siguiente manera, cambiando según el día. En la primera fase los hechos transcurren durante el día 16 de julio, a partir del posteo de Oriana Sabatini en su cuenta de Instagram. En la segunda fase todo se desenvuelve entre el mismo 16 de julio, pero también durante el 20 y 21 de ese mes. Para la tercera fase retomamos los días 16 y 20 de julio, mientras que en la cuarta y última fase los sucesos ocurren el 16, 17 y 20 de julio.

NIVEL DE OBSERVACIÓN DE FASES

¿Quién es Oriana Sabatini?

Con tan sólo 24 años, es cantante, modelo y actriz. Es hija de Catherine Fulop y Osvaldo Sabatini, dos figuras mediáticas, y actualmente pareja de Paulo Dybala, futbolista de la Juventus y de la Selección Argentina. Su carrera comenzó con el modelaje en el año 2009, y luego en el 2011, adquirió mayor participación en los medios debido a su actuación en *Porque te quiero así*, telenovela uruguaya transmitida en 2010 y 2011. Al año siguiente se ganó su lugar en *Aliados*, serie producida por Cris Morena, y transmitida en los años 2013 y 2014 en todo Latinoamérica. Gracias a uno de sus papeles dentro de la serie, se llevó el premio como Actriz Favorita en los *KidsChoiceAwards* Argentina 2014 y logró debutar en el teatro Gran Rex. En el elenco de *Aliados* conoció a Julian Serrano, otra figura reconocida en los medios, de la cual fue pareja por dos años. En 2016 la actriz presentó su álbum como solista, y desde ese momento su carrera como cantante fue creciendo cada vez más. En 2018 llegó a participar del festival *LollaPaloza* Argentina y tuvo esporádicas apariciones en ShowMatch. De esta forma su carrera se vio impulsada hasta convertirse en una de las celebrities argentinas más reconocidas del momento. Actualmente cuenta con más de 5 millones de seguidores en Instagram, donde se muestra muy activa e interactúa con su colectivo de fans. Las publicaciones que se observan en su *feed* de Instagram van desde fotografías de producciones profesionales hasta fotos y

videos amateurs, como por ejemplo *selfies* o videos bailando en el living de su casa. La cantidad de seguidores aumentó de manera exponencial luego del posteo del 16 de julio, pasando de 4.5 millones de seguidores hasta llegar a los 5.2 millones con los que cuenta en la actualidad. A partir de estos números podemos afirmar que la cantante tiene una gran influencia a través de las redes y en su audiencia.

FASE 1: “Desafiando los estereotipos”

-Discurso de origen:

En el gráfico podemos ver cómo se genera un cambio de escala que asciende de lo privado (**D**) (contenido almacenado en su celular) a lo público (redes) (**D1**). Es decir, el discurso de origen (**D1**) comienza cuando la celebrity, Oriana Sabatini, decide grabar un video con su celular en la intimidad de su casa mostrando sus imperfecciones estéticas. En su publicación de su cuenta de Instagram (@Orianasabatini), se observa un video amateur de la actriz de aproximadamente 30 segundos donde se la ve en ropa interior mostrándose diferente a lo que su público de 4.5 millones de seguidores estaba acostumbrado a ver en sus redes sociales. Esta vez se muestra “al natural”, sin ningún tipo de filtro ni pose artificial que disimule sus inseguridades. Mientras que en el resto de sus posteos no deja escapar la más mínima imperfección, en el video en cuestión Oriana decide poner en evidencia que hasta las más famosas influencers tienen estrías, celulitis y no necesariamente están tonificadas. Es por ello que alrededor de las 14hs del día 16, decide desafiar los estereotipos de belleza impuestos por la historia y publica este video en una de las principales redes sociales donde se construyen sentidos hoy en día.

El texto que acompaña esta publicación afirma: “Ayer tuve un atracón, con lo cual hoy sería inimaginable subir algo a las redes sociales, mucho menos mostrando alguna parte de mi cuerpo”. A su vez, confiesa sus 10 años de convivencia con trastornos alimenticios, como anorexia y bulimia. “No vengo acá a darles ninguna lección, ni a convertirme en un gurú del amor propio claramente, porque la que sigue aprendiendo soy yo, pero si esto te puede ayudar, buenísimo; es lo que a mí me hubiese gustado ver cuando era adolescente y es lo que necesitaba hacer ahora porque siento que de alguna manera esto me puede ayudar a seguir mejor”, comentó la cantante.

Entonces, podemos observar que suceden dos fenómenos en simultáneo: una **dirección ascendente**, ya que el discurso de origen pasa de lo privado a lo público y nace en redes, y luego se produce una **dirección horizontal** debido a la comunicación entre “pares”: aquellos usuarios, enunciadores del mismo estatuto, que comienzan a interactuar con su publicación y conforman colectivos. Este video alcanzó las 10 millones de reproducciones y los 2 millones de *likes*, lo cual vale destacar teniendo en cuenta que el promedio de reproducciones en videos anteriores no superan las 2 millones de reproducciones.

- Condiciones de reconocimiento:

Lo que en el gráfico vemos como **R(D)** representa los reconocimientos que tiene el posteo de Oriana:

Por un lado, los usuarios que interactúan con su publicación. Surge un intercambio con sus seguidores, con su colectivo de fans, con quienes le dan “me gusta” y comentan la publicación generando de esta forma reconocimientos. Por lo tanto, podemos hablar de una comunicación descendente, es decir de ella hacia sus fans. Surge una propagación de la publicación en la misma red social a través de los *reposteos* de los usuarios. Debido a esta difusión, aumentaron las reproducciones, los *likes*, y comentarios, y a la vez su cantidad de seguidores.

Por otra parte, aparece el video de burla que hizo Juan Arnone, más conocido como Marito Baracus. Él es un youtuber, instagramer y humorista conocido por doblajes con diversas voces hechas por él. Horas después del posteo original de Oriana Sabatini, hizo una apropiación risible de la publicación en su cuenta de Instagram (@Maritobaracus) que cuenta con aproximadamente 2 millones de seguidores. Allí se ve al humorista imitando el video de la actriz de forma paródica e incluso, se podría afirmar que, de manera despectiva. Es por eso que después de tantos insultos y denuncias, Instagram eliminó el video luego de que alcanzara las 154 mil reproducciones. Sin embargo, ese poco tiempo sirvió para aumentar la cantidad de reproducciones del posteo

en el perfil de Oriana. Lejos de un pedido de disculpas o arrepentimiento, el youtuber arremetió con otro video en donde denunciaba la censura sufrida, aunque también fue eliminado por la plataforma.

Como era de esperarse, ante una expresión de liberación femenina, un varón responde con una burla que lo único que hace es perpetuar una violencia simbólica, esa misma violencia simbólica que perdura a lo largo de la historia y que fue lo que llevó a Oriana a sus declarados trastornos alimenticios. De esta forma, Marito Baracus, con sus 2.1 millones de seguidores se vuelve reproductor de este sistema violento que humilla a las mujeres constantemente.

Por lo contrario, podemos observar cómo no todo es desprecio hacia la publicación. Paulo Dybala (@Paulodybala), pareja de Oriana Sabatini, mostró su estima y su apoyo a su novia a través de las redes. Mientras aquel personaje se burló de la descarga de la cantante, Dybala repostó la publicación en su historia de Instagram con la frase “Te amo”. A pesar de que se puede considerar que esta condición de reconocimiento es horizontal, debemos remarcar que en este caso es levemente vertical debido a que Paulo Dybala cuenta con 40 millones de seguidores, un número mucho más elevado que el de los seguidores de su novia. Por ende podemos advertir que no es el mismo estatuto.

A raíz del alcance que tuvo el caso, el tema se trasladó de plataforma: los usuarios comenzaron a discutir y cruzar opiniones en la plataforma Twitter logrando que el nombre de Oriana se haga *trending topic* número dos en Argentina. Acompañaron este fenómeno de tendencias, los nombres del youtuber Marito Baracus, por lo sucedido con su apropiación risible, y el de su novio, Paulo Dybala por repostear el video en Instagram acompañado de un “te amo” demostrando su apoyo.

Otro reconocimiento que podemos ubicar es el *challenge* llevado a cabo por Agustina Cabaleiro (@Onlinemami_) y Brenda Mato (@Brenda.mato) en sus redes sociales. Estas se posicionan hoy en día como una de las principales referentas del activismo gorde.

Por un lado, Brenda Mato, actriz y modelo plus size de 29 años, cuenta con aproximadamente 110 mil seguidores en su cuenta de Instagram. También es activista por la diversidad corporal y panelista en “Altavoz”. Tanto sus posteos, como sus discursos en medios, suelen generar controversias en las redes, hogares o cualquier otro ámbito donde aparezca con su gordura. Pero es así que, gracias a sus seguidores y a sus haters, Brenda logró posicionarse como voz autorizada del movimiento por lo que frecuenta programas de radio y televisión. Como demostró en varios posteos, la modelo es partidaria del lema “Mi cuerpo, mi decisión”, haciendo referencia a cualquier tipo de cuerpo y a cualquier tipo de decisión. El objetivo general y primordial que persigue el activismo gorde es el respeto por los cuerpos. El cuerpo debe ser libre en todo sentido y para todos, la libertad no puede ser solo para algunos cuerpos.

Por otro lado, Agustina Cabaleiro de 26 años, mejor conocida como Onlinemami, es militante del amor propio, activista del movimiento bodypositive (encargado de visibilizar los cuerpos reales), modelo, fotógrafa y Licenciada en Publicidad. Cuenta con aproximadamente 265 mil seguidores en su cuenta de Instagram. Al igual que Brenda, sus publicaciones suelen causar revuelos en las redes. Tal fue el caso de su posteo en Instagram del día 15 de mayo del 2018. En esta publicación podía verse a @Onlinemami de espaldas en ropa “no apta para gente con sobrepeso”. “No suelo ver cuerpos como el mío en redes, so i came here to change that”, comenta el pie de foto junto con un emoji de un durazno, haciendo referencia a su parte trasera. Publicaciones como estas son las que llevaron a la licenciada a posicionarse como voz autorizada en otros medios para hablar de gordura, estereotipos y amor propio.

Estas activistas el mismo día 16 subieron un posteo a la plataforma con el hashtag “#ChallengeDelBien” haciendo referencia al caos virtual en razón del video posteo por Oriana.

Brenda por su lado, subió una foto del *hashtag* con un pie de foto explicando en qué consiste el *challenge*: “Por cada contenido del mal que veas, no le comentes, no lo compartas, no te enojés. Anda a la cuenta del activista que más te gusta, de creadores de contenido copado, de gente que tiene algo importante para decir y compartí su contenido”. En este sentido, invita a su público a que use esa energía para visibilizar a quienes sí se lo merecen. “Poder cambiar las cosas está más cerca y es más fácil de lo que creemos. Un compartir, un like y un comentario a la vez”, concluye la modelo. Esta foto alcanzó los 4.000 *likes* aproximadamente y 200 comentarios en total.

En acompañamiento, Onlinemami también subió su aporte a la comunidad virtual de redes. Junto con la foto del *challenge*, posteó: “Cada vez que te encuentres con un contenido que no te gusta, que ofende, que discrimina déjalo ahí (...) En su lugar, compartí contenido de creadores y activistas que crees que contrarrestan ese contenido del horror que te acabas de encontrar”. El motivo de esto fue alentar a que usuarios de Instagram dejaran de compartir y viralizar contenido que no sea genuino o que solo busque conseguir *likes* y seguidores. Este posteo consiguió 9.000 *likes* y 260 comentarios aproximadamente.

FASE 2: “Portales de Internet”

A tan solo unos minutos del lanzamiento del testimonio personal de Oriana en Instagram, la polémica fue tomada por diferentes medios digitales. Algo para destacar es que estos primeros portales en tomar la novedad no tuvieron demasiado contenido para explayar ya que el testimonio era muy reciente, por lo tanto, se limitaron a la descripción del video, de la publicación y de los rápidos reconocimientos en redes. El primero al cual se hará referencia es Infobae **R(D2)**, un medio digital argentino de actualidad, uno de los más leídos y visitados. Infobae tituló la nota “Oriana Sabatini posteó un video al natural, después de “un atracón”: “Me encanta como salí”. Allí hace hincapié en los extensos 10 años que Oriana sufrió de trastornos alimenticios y en las reacciones de los famosos ante el posteo. Este medio también hace foco en la naturalidad del video al sostener que no utilizó ningún “filtro digital” ni “luz adecuada”, los cuales suelen utilizarse para retocar supuestas imperfecciones, y así en cierto sentido acatar y reproducir los estándares de belleza.

A su vez, medios masivos con soportes digitales se sumaron a la difusión de la revelación de la cantante. La Nación (lanacion.com) **R(D2)** fue uno de ellos y tituló: “Oriana Sabatini reveló que hace diez años sufre trastornos alimenticios y mostró su cuerpo “fuera de pose” en un video”. Además de la descripción del video y de las referencias del pie de la publicación, La Nación abordó la problemática de los trastornos alimenticios al colocar al final de la nota una serie de contactos a donde poder recurrir en busca de ayuda. Dentro de ellos figuran hospitales y la Fundación La Casita, un centro de atención y prevención de trastornos alimenticios para adolescentes y jóvenes y su familia. Trabaja enfatizando los recursos de la persona y su sistema familiar apoyándose principalmente en el grupo de pares.

Por otro lado, Clarín (clarin.com) **R(D2)** también se sumó a la primicia. En su nota titulada “Oriana Sabatini reveló que sufrió trastornos alimenticios durante 10 años: “Pasé desde una anorexia al atracón””, vuelve a describir la publicación al igual que sus medios digitales compañeros, a excepción de que Clarín decidió darle un tinte romántico a una cuestión que poco y nada tiene de tal. “La cantante se mostró orgullosa por poder superar los conflictos que sufrió durante su adolescencia”, escribe el portal. Sin embargo, Oriana nunca tuvo la intención de exponer que el tema está superado para ella, sino todo lo contrario. “No vengo acá a darles ninguna lección, ni a convertirme en una gurú del amor propio claramente, porque la que sigue aprendiendo soy yo”, enfatiza la actriz. Otra frase que evidencia la ignorancia del medio ante una problemática tan delicada como esta es la siguiente: “Luego sí dió paso a su emotiva catarsis, en la que se declaró feliz por su renovado espíritu y ajena a las críticas que pueda despertar su decisión”. Esta expresión nos da pie a comentar acerca de la irresponsabilidad del medio a la hora de narrar trastornos como estos. Clarín presentó a la víctima desde una perspectiva positiva, emotiva y “feliz” cuando en realidad de feliz no hay mucho. El posteo, exponiendo sus inseguridades, probablemente haya sido el “tocar fondo” de Oriana para poder empezar realmente a recuperarse, tal y como lo demuestra al decir: “Es lo que necesitaba hacer ahora porque siento que de alguna manera esto me puede ayudar a seguir mejor”.

Al día siguiente, 17 de julio, las notas de los medios digitales comenzaron a demostrar un nivel de compenetración mayor a las del día anterior al tener cierto análisis dentro de ellas. Por ejemplo, el portal ADN Sur **R(D2)**, de Chubut, demuestra el carácter federal que tuvo la polémica. En este caso podemos observar cómo se trató el tema desde una perspectiva diferente: el foco ya no estuvo puesto sobre el espectáculo que causó la celebrity con su publicación, sino en la problemática del desorden alimenticio. Esto se ve reflejado en la utilización del testimonio de Oriana para adentrarse en el trastorno del atracón junto a la palabra de una nutricionista.

Dentro de los medios digitales también encontramos notas como la de Filo.news **R(D2)** del día 20 de julio titulada “Gordas versus Flacas: esa incómoda y dolorosa guerra inexistente” que trató el revuelo que

se había originado en las redes por la modelo Sabatini. Agustina Cabaleiro y la nutricionista Jesica Lavia fueron entrevistadas como voces autorizadas para tratar el asunto y “ordenar ideas ante desinformación”, justamente promovida por otros medios. ¿Oriana puede o no puede hablar de amor propio “entrando” en los estereotipos de belleza? ¿Es apropiación de la lucha del activismo gorde? El rollo de grasa que se agarra en el video, ¿realmente existe?

Aunque es una dialéctica que trataremos más adelante en el trabajo, podemos plantear que Filo news abarca diversos temas que provienen de una misma raíz: “el problema que tiene este mundo con la grasa en general y con la "femenina" en particular”. Es por eso que ambas entrevistadas apuntan y reafirman la necesaria interseccionalidad dentro de los feminismos como clave para tratar tanto el gordoodio en el sistema como los trastornos alimenticios.

Otro de los medios digitales que trató estos temas fue Corré La Voz **R(D2)** con su nota titulada “Amor propio en redes: Debates en torno a los cuerpos femeninos”, del día 21 de julio. En el copete, el portal se pregunta: “¿Alguna vez pensaste la forma en la que te referís a tu propio cuerpo? ¿Qué rol tienen esas premisas en tus prácticas y creencias?”. El caso de Oriana sirvió (por lo menos a algunos medios) como puntapié para repensar prácticas individuales y debates en torno a las presiones sociales que sufren todas las identidades feminizadas en relación a sus corporeidades, como también reflexionar acerca del activismo corporal de personas que no se ven como la celebrity.

Allí se puntualiza en la importancia de entender que los discursos y prácticas culturales lo único que hacen es proyectar presiones en la sociedad, pero en mayor medida en las mujeres, causando, entre otras cosas, discriminación hacia quienes no cumplen con lo impuesto y derivando en muchas ocasiones a los trastornos alimenticios. Remarca la importancia de las activistas gordas dentro de las redes, considerando que estas ayudan a repensar aquellas prácticas o dichos estigmatizantes y a la vez a luchar por un espacio de igualdad de oportunidades.

FASE 3: “Colectivos mediáticos de las redes”

Este “nuevo” sistema mediático sobre el cual navegamos desde las últimas décadas del siglo XX, ha constituido a los individuos en medios de comunicación, lo que no sólo altera las cualidades de los colectivos mediáticos, sino también la circulación. Como ya se mencionó anteriormente, se trata de un caso de circulación vertical que en un primer momento asciende de las redes sociales hacia los portales de internet. En este segundo momento veremos cómo desciende nuevamente hacia las redes sociales y, al mismo tiempo, se van conformando colectivos.

Por un lado, observamos los colectivos mediáticos formados en la plataforma de Twitter **R(D3)**. A raíz del alcance que tuvo el caso, los usuarios comenzaron a discutir y cruzar opiniones, tanto positivas como negativas, lo que dio como resultado que la modelo se posicionara como tendencia número 2 el mismo día del posteo junto con Paulo Dybala y Marito Baracus. El nombre de la pareja de Oriana ocupó ese lugar en tendencias por hacer un reposteo del video original en Instagram, acompañado de un “te amo” demostrando su apoyo. Frente a esto, algunos usuarios criticaron el poco sustento que mostró el futbolista, mientras que otros elogiaron el mensaje del mismo a su pareja. A su vez, el video de Baracus fue subido a la plataforma por otros usuarios de menor estatuto que él y así viralizaron la parodia, generando posturas a favor **R(D3)** y en contra del personaje **R(D3)**.

En razón de esta cuestión, a simple vista se conformaron 4 tipos de colectivos: 2 en torno a la modelo y otros 2 en torno al humorista. En ambos casos se conformó un colectivo en apoyo y otro en contra de la respectiva figura, cuestión que retomaremos en el “Nivel de observación micro”.

El debate no quedó solo en la plataforma de Twitter. Luego de ver cómo el posteo de Oriana explotó en redes y las diversas repercusiones que salieron a la luz, referentes del activismo gorde tales como Agustina Cabaleiro y Brenda Mato, comenzaron un *challenge* en Instagram. El #ChallengeDelBien **R(D3)**, como ya expusimos en la fase 1 del trabajo, tenía como objetivo alentar a que usuarios de Instagram dejaran de compartir y viralizar contenido que no sea genuino y que solo busque conseguir *likes* y seguidores. Este asunto trajo consigo el involucramiento de distintos colectivos: uno a favor de Oriana y en confrontación con las activistas, y otro a favor de las activistas y en defensa de ellas. En base a este estallido, Agustina Cabaleiro

subió a su canal de Youtube, donde cuenta con 25.5 mil seguidores, un video aclarando su opinión sobre los hechos sucedidos y alcanzando las 100 mil reproducciones. Allí expresó su apoyo hacia la cantante y actriz destacando la genuinidad del posteo.

Profundizaremos estas cuestiones en el apartado “**Nivel de observación micro**”.

FASE 4: “La llegada a los medios masivos tradicionales”

Gracias al impacto que tienen las redes sociales en la sociedad hipermediatizada, podemos ver cómo estas imponen agenda en los medios tradicionales. Antes, quienes realizaban esto eran las instituciones, es decir, el sentido iba desde arriba hacia abajo, ahora también se genera de forma vertical, pero con un sentido ascendente: los enunciadores desde abajo y de forma horizontal, construyen sentidos, que ascienden a los medios tradicionales y son reproducidos una y otra vez de forma masiva. Vemos entonces, cómo se altera la circulación del sentido. Las redes sociales ocupan un lugar muy amplio en la vida de las personas y por eso es importante que personajes como Oriana Sabatini den un mensaje de aceptación hacia los cuerpos de cada una, contando su experiencia personal y sus vivencias sufridas.

Al ser hija de dos personajes mediáticos, el testimonio de la protagonista de este caso llegó a los medios masivos tradicionales. Las preguntas que surgen son: ¿Se suelen ver cuerpos diversos en las pantallas de los medios? ¿O es que únicamente son aceptados los cuerpos hegemónicamente correctos? Y en caso de solo ver figuras delgadas, altas y tonificadas, ¿se suele hablar de los posibles trastornos alimenticios que pueden sufrir estas personas por intentar alcanzar ese insaciable modelo hegemónico?

En el gráfico 4, observamos el ascenso del caso desde redes sociales a medios masivos. **R(D4)** representa los distintos reconocimientos sobre el tema que suceden en los medios masivos tradicionales. Algunos de ellos que pudimos identificar son los siguientes.

El Noticiero Trece (El Trece) estaba en vivo al momento de la publicación de Oriana. El video apareció en pantalla junto con el pie de foto mientras que, a pesar de haber tres conductores más, únicamente las conductoras Alejandra Peñalva y Silvia MartínezCassina, comentaron acerca del asunto. Esta última reflexionó acerca del gran mensaje para tantas personas jóvenes ya que Oriana habló acerca de la anorexia, de la bulimia y de los trastornos alimenticios. Por otro lado, Peñalva comentó: “Es un gran mensaje motivacional a corazón abierto porque es una mujer preciosa que lo que acaba de hacer seguramente a muchas les va a servir para hacer el click”.

El día 17 de julio, en el programa matutino *Nosotros a la mañana* (El Trece) uno de sus panelistas, Tomás Dente, se puso en contacto vía Whatsapp con la protagonista para retomar en primera persona el posteo y sus repercusiones. “No tengo mucho más para agregar sobre el posteo que hice ayer —comenta Oriana con contento pero timidez en la voz— Para mí, es un tema súper serio e importante y me gustaría hacerlo con el respeto que se merece. No tengo nada para agregar”. El equipo del programa festejó la sinceridad de Oriana. Uno de ellos fue Joaquín “Pollo” Alvarez, que admiró el posteo de la cantante comentando: “Realmente de lo mejor que subió una persona que labura en redes sociales en estos últimos meses”. Además, Tomás Dente puso énfasis en el hecho de que Oriana, a diferencia de otras celebrities, no necesita ninguna mediatización que reivindique o exalte su popularidad. “Pensando en otras mediáticas que viven agregando cuestiones mediáticas, controversias, polémicas a su carrera para demostrar quienes son”, Dente reflexiona: “(Oriana) Nunca se agarra de lo mediático para ser quien es, es algo altamente plausible”.

A su vez, el mismo día, en el mismo programa, una invitada especial participó en *Nosotros a la mañana*. Esta vez una especialista, la Licenciada en Nutrición Romina Pereiro, opinó acerca del problema alrededor de los cuerpos. En base a esta cuestión, el Pollo volvió a elogiar a la actriz acotando: “Está tan perfecto que diga que no viene a enseñar, porque no es Romina Pereiro, no tiene una profesión. Es tan perfecto que diga “Me paso esto, te lo cuento, pero no te vengo a enseñar”, porque realmente veo en las redes sociales mucho mensaje sin respaldo profesional y eso me preocupa”. A lo que la licenciada concuerda y menciona que pone a la vista de todos los trastornos alimenticios. Así, explica que estos realmente son una enfermedad compleja que conlleva serios problemas físicos y psicológicos. Romina, con su mirada profesional, contempla el video de Oriana ya que “invita un poco a reflexionar sobre el pensamiento crítico de lo que es el ideal de

extrema delgadez”. “Es romper con esos estereotipos que son una construcción cultural que se van transmitiendo con el tiempo —considera la nutricionista— Ideal de extrema delgadez y belleza vs ideal de salud, no son lo mismo”.

El mismo día, el posteo fue tratado por *Los Ángeles de la Mañana*, esta vez incorporando a la nota otro testimonio además del de Oriana. Karina “La princesita” fue entrevistada por Angel de Brito acerca del peso de la mirada de afuera que tienen muchas mujeres y sobretodo del medio. Allí, la cantante de cumbia contó todo lo que ella sufrió a lo largo de estos años en lo mediático. “De mí siempre se dijeron muchas cosas y en un momento me afectaron y me lastimaron un montón, pero esto de tener una hija adolescente hizo que ya no me importe demasiado —confiesa— Te genera mucha inseguridad, hace que vos no te aceptes”.

Tras unos días de exposición, Catherine Fulop, madre de la protagonista del caso, salió a dar su opinión en los programas de TV. El día 20 de julio se la entrevistó en el programa de chimentos *Los Ángeles de la Mañana*, donde confesó que la noticia los tomó a todos por sorpresa. “Ese día hicimos videollamada, quisimos que sintiera que estábamos con ella, que la apoyamos en su decisión”. Resaltó la importancia de que una persona conocida, como lo es Oriana, cuente abiertamente lo que le sucede. “Me pone contenta que les sirva a chicas adolescentes porque creo que ella necesitó de un referente cuando en ese momento no lo había”. A su vez resaltó y aconsejó a padres a prestar mayor atención a sus hijos. “Uno a veces como padre se siente impotente. Hay que tratar de buscar ayuda. Ella tuvo un grupo de amigas muy hermoso que nos advertía y nosotros desde nuestro lugar tratábamos de ayudarla pero uno no terminaba de darse cuenta, no era que estaba flaquita, flaquita anoréxica, ella no estaba ni gorda ni flaca, entonces no puedes darte cuenta que realmente hay un problema”, reveló la madre de la protagonista.

NIVEL DE OBSERVACIÓN MICRO

Cuando el 16 de Julio Oriana Sabatini publica un video hablando de sus imperfecciones estéticas, grabando con su celular su cuerpo “al natural”, comentando que había tenido un atracón, surgen diferentes comentarios y enunciadores que varían tanto en la escala de sus discursos como en la orientación de sus comentarios.

Uno de estos es Juan Anone, más conocido como ‘Marito Baracus’, quien surgió como youtuber (1.6 millones de suscriptores) al doblar videos de películas famosas en un lenguaje burdo, y ahora se desempeña como instagramer y creador de contenido. En una primera publicación, realizó una parodia a modo de chiste del video que subió la modelo, en la cual muestra su cuerpo de la misma manera que lo hace Oriana, y con el mismo texto como pie de publicación. Esto despertó muchísimas críticas e hizo que el youtuber tenga que borrar el video de Instagram y YouTube y hasta se le inhabilitó su cuenta por varios días. Esto generó que este enunciador saltara de redes sociales a muchos portales y medios masivos, los cuales salieron al cruce del youtuber. El portal digital del diario Clarín, por ejemplo, publicó una nota (“La parodia de Marito Baracus a Oriana Sabatini que provocó fuertes críticas”) reflexionando sobre la burla sobre la publicación de Oriana. También se hizo eco del video publicado por Marito Baracus el medio Filo.news, que publicó la nota “Repudio por la burla del youtuber Marito Baracus al video de Oriana Sabatini”.

Repudio por la burla del youtuber Marito Baracus al video de Oriana Sabatini

Tras el video de Oriana Sabatini hablando de sus trastornos alimenticios, Marito Baracus hizo una parodia que fue repudiada. Tras ser eliminado su video, el youtuber respondió a la cancelación.



La sacaron de las redes

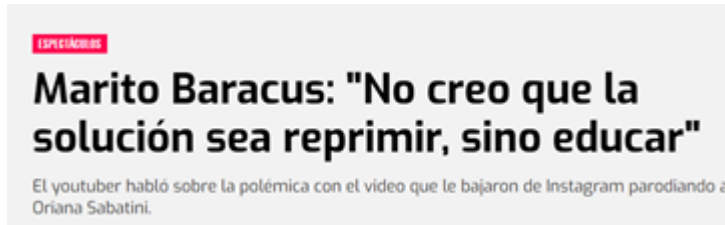
La parodia de Marito Baracus a Oriana Sabatini que provocó fuertes críticas

El popular youtuber realizó una burla sobre la publicación que había hecho la cantante en las últimas horas por su problema de alimentación, pero le eliminaron el material.



Este mismo medio (Filo News), días después del video y siguiente nota de Baracus, le da la posibilidad al

youtuber de expresarse. En aquella nota titulada Marito Baracus: "No creo que la solución sea reprimir, sino educar" se lo ve al instagramer de una manera totalmente diferente a la que se pudo notar en su video alusivo a Oriana. En tal artículo, da cuenta de un cambio con respecto a su discurso, en el cual podemos notar cómo de "victimario" pasa a una especie de "víctima", sosteniendo que de 10 comentarios que recibía, más de la mitad eran insultos. También hace mención y crítica a la modelo, argumentando que "el mensaje que llega a alguien que tiene un cuerpo muy distinto no es un buen mensaje, ya que Oriana tiene un cuerpo hegemónico" y al colectivo feminista, objetando que "las mismas personas que buscan la igualdad de género son quienes lo descalifican con argumentos como el de hombre tenía que ser".



Por su parte, los medios digitales no tardaron en reproducir esta publicación de la cantante. Podemos notar que en un primer momento hablan desde la inmediatez y no van más allá de la publicación, subiendo notas con poco contenido por lo reciente del caso, limitándose a

describir la publicación y su rápido crecimiento en las redes. Uno de ellos es Infobae, con su nota Oriana Sabatini posteo un video al natural, después de "un atracón": "Me encanta como salí", en la cual hace hincapié en los 10 años que la modelo sufrió trastornos alimenticios y en las diferentes reacciones de las celebridades, y hace foco en la naturalidad del video al no utilizar "ningún filtro ni luz adecuada". Además de este tipo de portales, medios masivos con soportes digitales, como La Nación (lanacion.com) y Clarín (clarín.com), también publicaron contenido. "Oriana Sabatini reveló que hace diez años sufre trastornos alimenticios y mostró su cuerpo "fuera de pose" en un video" y "Oriana Sabatini reveló que sufrió trastornos alimenticios durante 10 años: "Pasé desde una anorexia al atracón"", fueron respectivamente las notas en las que reflejan la primicia. Ambas notas son muy similares con respecto a la descripción del video, pero, a diferencia de La Nación, que le dio un tinte más humano, dejando al pie de la nota algunos contactos para buscar ayuda en caso de tener este tipo de trastornos, Clarín le da un tinte romántico centrándose en un supuesto "orgullo por poder superar los conflictos que sufrió durante la adolescencia". Otra desafortunada frase que refleja la poca importancia que se le dio desde este medio a la cuestión de salud y la irresponsabilidad con la que trató el tema, es la que sigue: "Luego sí dio paso a su emotiva catarsis, en la que se declaró feliz por su renovado

espíritu y ajena a las críticas que pueda despertar su decisión".



Al día siguiente, ya dejando de lado la inmediatez del caso, algunos medios digitales se mostraron más compenetrados con la cuestión de fondo y no solo en lo referido a la publicación de la actriz. ADN Sur, un portal de la provincia de Chubut, trató el tema desde la problemática del desorden alimenticio, lo cual se refleja en ¿Por qué el "atracción" es un grave trastorno alimenticio?, entrevista que le hacen a la nutricionista María Laura Romano, haciendo énfasis en los trastornos alimenticios y específicamente sobre los

atracones.

Propiedades de los colectivos

El colectivo que pudimos identificar como punto de partida y por lo tanto como una condición de producción, es el del activismo gorde. Reconocemos a este colectivo como uno de los más destacados dentro

del trabajo, ya que probablemente sea gracias a este movimiento que Oriana haya podido realizar el posteo dejando de lado presiones socialmente establecidas.

En los últimos años, con el estallido del feminismo, este movimiento fue adquiriendo cada vez mayor protagonismo en las redes sociales, llegando al punto en que aquellos medios tradicionales, activistas de la delgadez y gordo-odiadores seriales, no pudieron continuar con su censura y obviar la temática. De esta forma, el activismo gorde, junto con sus principales referentas, tomaron (y siguen tomando) espacios mediáticos televisivos, radiales e impresos.

Este activismo es un movimiento antisistema que reivindica la diferencia de los cuerpos. Está compuesto por aquellas personas que encuentran en la sociedad una serie de normas sobre los cuerpos, que incluyen a unos y excluyen a otros. Esa posición política y militante va de la mano con el feminismo y se vincula a los sectores disidentes.

Sin embargo, el activismo gorde no es un descubrimiento actual. A finales de la década del setenta comenzaron manifestaciones de profundas modificaciones históricas y culturales en relación a la valoración social sobre el cuerpo. Aunque estas manifestaciones fueron limitadas y aisladas debido a la época, fue la semillita que se sembró y de las cuales hoy vemos sus frutos. El movimiento llega a Argentina en el año 2011, pero empieza a tener una presencia gradualmente creciente a partir de 2015. Los y las activistas que componen este colectivo dan cuenta de la violencia y la opresión que sufren algunos cuerpos a partir de los estereotipos que rigen la vida de las personas. En especial las activistas mujeres son quienes ponen en manifiesto la cuestión de la decisión sobre las corporalidades femeninas a través de las redes sociales, donde comparten y cruzan opiniones y/o discusiones.

Hoy en día, las y los gordos hacen de su cuerpo una bandera de lucha para así reivindicar la diversidad corporal. Las redes sociales han sido una herramienta indispensable en este movimiento. Ayudaron a visibilizar, expresar y construir experiencias compartidas con un alcance que ningún otro espacio o medio les había querido otorgar. Cada individuo es enunciador y enunciatario, cada persona administra su medio y cada gorde alza y amplifica su voz. De esta forma, se comunicaron masivamente sin pedir permiso.



Esto último podemos verlo plasmado con el #ChallengeDelBien donde cuerpos disidentes toman la iniciativa de comunicar con responsabilidad y evitar la reproducción de falsas consignas de amor propio. En este sentido, a raíz del *challenge* y retomando lo planteado en la Fase 3 del nivel anterior, pudimos dar cuenta que el colectivo de seguidores y fans de Oriana Sabatini manifestaron su descontento atacando a las promotoras del challenge, ya que interpretaron que esos discursos iban dirigidos hacia la cantante. Comentarios apoyando y defendiendo a Oriana colmaron la publicación del challenge de @Onlinemami_ y @Brenda.mato, principalmente el posteo de Agustina Cabaleiro. Mientras el fandom de Oriana defendía a su artista, los comentarios del otro colectivo en cuestión empezaron a surgir, no solo en apoyo al challenge, sino también en defensa de sus referentas. Es decir, una guerra de opiniones estalló en las redes. “Orianistas” y la

“#OnlineArmy”. Guerra detonada no solo por sus pensamientos, sino también por un ciego fanatismo.



pauli.lobos Tal cual. Dejemos de consumir mierda virtual y consumamos gente que tiene cosas para decir con contenido! Me gusta este challenge



18sem 8 Me gusta Responder



En base a este conflicto, las activistas gordas sintieron la necesidad de aclarar algunas cuestiones. Es por eso que el día 19 de julio, ante todos los efectos y debates que abrieron los usuarios en las redes, y principalmente en el colectivo de seguidores de Oriana, Agustina Cabaleiro, subió a su canal de Youtube un video en el cual busca aclarar su opinión de lo sucedido. Allí expresó su apoyo y consideró que la modelo habló desde la genuinidad y no desde el provecho, es decir que con ello no buscó tener más llegada o conseguir más “me gusta”.

Agustina se solidarizó con el colectivo de Oriana aclarando que la modelo posee 5 millones de seguidores y que dentro de ellos puede haber quienes estén sufriendo la misma situación y se sientan solos. Igualmente, en favor de su propio colectivo, resaltó que no es lo mismo ser gorda que no serlo, aclarando que lo que sufre Oriana es un trastorno alimenticio, pero lo que sufren los cuerpos gordos son discriminaciones y violencia.

En el video se puede observar que Agustina se expresa en desacuerdo con las cuentas que utilizan una falsa consigna de “amor propio” o leyendas referidas a la aceptación, ya que buscan captar más seguidores y “me gustas” a través de lemas que se tornaron furor este último tiempo. En este sentido, hace implícitamente referencia a una controversia entre la influencer Jimena Frontera y la modelo Sol Cardiello que había surgido días previos al posteo de Oriana.

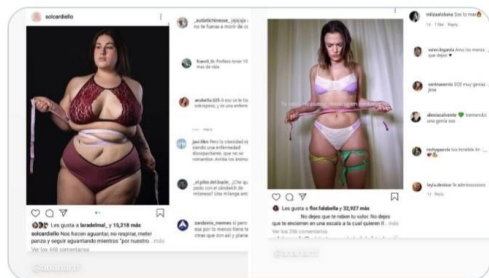
Con esta disputa damos inicio a la dialéctica “Gordas vs Flacas”. Jimena es una influencer militante contra el gordoodio (opresión que viven las personas por ser gordas) con más de 265.000 seguidores en la plataforma de Instagram. Ella crece en sus redes bajo el lema de amor propio, sin embargo, se puede advertir su cuerpo visiblemente hegemónico. En su cuenta posteo una foto de ella enredando su cuerpo con un centímetro, acompañada de un texto que promovía la idea de aceptación del propio cuerpo tal cual es. El problema que surgió a raíz de este posteo es que fue muy similar (casi idéntico) a uno realizado por la activista gorda Sol Cardiello a fines de septiembre de 2019. Todo esto desencadenó un conflicto que gira en torno a tomar conciencia y la búsqueda de una postura genuina a la hora de hablar del tema.



nazarena
@suchabdgirl

ESTO es apropiarse de una lucha, de una opresión, no el posteo de Oriana Sabatini que le abre la puerta a hablar de tca y mostrando que hasta la persona más hegemónica puede sufrir dismorfia y distorsionar su cuerpo.

[Translate Tweet](#)



7:13 PM · Jul 16, 2020 · [Twitter for Android](#)

2.5K Retweets 322 Quote Tweets 15.7K Likes



tiene cierto privilegio por ser flaca o por acercarse un poco más a la hegemonía del cuerpo aceptado. A su vez, expresa que no es una guerra de cuerpos, sino que todas deben tener ese amor propio. El problema no es una misma, sino todo un sistema masificado el cual discrimina a mujeres que no cumplen o no se acercan a los parámetros de cuerpos hegemónicos.

Como consecuencia de la conmoción, surgieron notas en las que se trató el tema. Filo.news es una de ellas y se encargó de explicitar la dualidad. Como explicamos anteriormente, el día 20 de julio en su nota titulada “Gordas versus flacas: esa incómoda y dolorosa guerra inexistente”, el portal trató el revuelo que se había originado en las redes junto con las voces de Agustina Cabaleiro y la nutricionista Jesica Lavia. Allí se abordaron diferentes temas tales como el gordoodio en la sociedad, el amor propio como un aprendizaje y el gran poder que tienen las redes mediatizadas para construir sentidos que influyen a las personas.

Otro de los colectivos que debemos destacar dentro de este análisis, son aquellos conformados dentro de la plataforma de Twitter. Por un lado, en cuanto al video reidero de Marito Baracus, las reacciones de los cibernautas en Twitter fueron diversas: quienes siguen al humorista desde sus comienzos y entienden su sentido del humor, lo tomaron desde el lado de lo reidero, pero para los que tomaron una postura más crítica y seria de la situación, lo consideraron sumamente desubicado e irrespetuoso planteando que los trastornos alimenticios no son tema de burla.

Como mencionamos anteriormente en la Fase 3, en razón de esta cuestión, se conformaron 4 tipos de colectivos: 2 en torno a la modelo y otros 2 en torno al humorista. En ambos casos se conformó un colectivo en apoyo y otro en contra de la respectiva figura.

Por un lado, en relación a Oriana, surgieron colectivos en base a comentarios que criticaron a la actriz por hablar de un “rollito” inexistente, sosteniendo que su testimonio fue pura falsedad y la única razón de hacerlo fue para obtener más fama. Y por el otro lado, el colectivo de fans que sigue a la modelo desde hace tiempo y demuestra constantemente su firmeza y apoyo incondicional para con ella, comenzó a atacar el video

En este debate, se empezó a plantear que muchas influencers o creadoras de contenido vieron la consigna del amor propio como un lugar más para atraer a seguidores a sus cuentas. Creando, de esta manera, contenido que, no habla desde lo genuino ni de sus experiencias de vida, sino simulando vivirlo o haberlo vivido. Surge entonces el cuestionamiento, o más bien una “guerra”, de si las flacas o personas cuyos cuerpos cumplen con los estereotipos históricamente marcados, pueden o no hablar abiertamente sobre el tema, a pesar de no sufrir este problema en primera persona.

Tal como mencionamos anteriormente, se empezó a cuestionar el verdadero motivo por el cual influencers como Jimena se posicionaron a favor del amor propio. Cuerpos que cumplen con los estereotipos históricamente marcados, ¿pueden o no hablar abiertamente sobre el tema a pesar de no haber sufrido este problema en primera persona? ¿Es apropiación de una lucha que técnicamente no les corresponde? Estas son algunas de las cuestiones que salieron a la luz.

Por lo tanto, lo correcto es plantear que la tensión entre ambos cuerpos ya estaba latente y el posteo de Oriana hizo erupcionar el conflicto nuevamente, reforzando así la dialéctica y los respectivos colectivos. Es por eso que, a raíz del caso de Oriana y sus reacciones malinterpretadas, Onlinemami abre el debate en su video y se pregunta: “¿Quién puede y quién no puede hablar de amor propio? ¿Pueden las flacas hablar de esto?”. A lo que concluye que todas pueden hacerlo, siempre y cuando la persona entienda que se

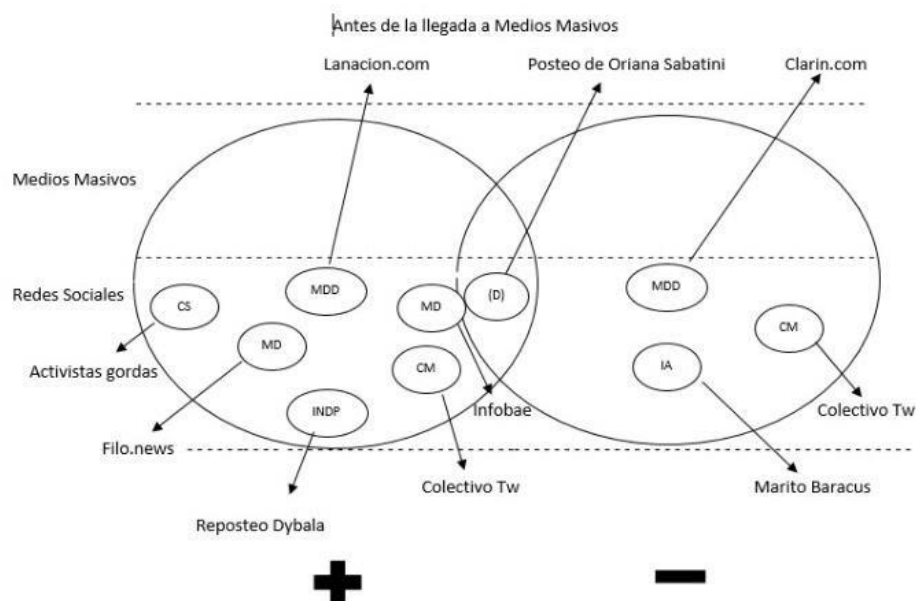
“reidero”, repudiando a Baracus y a los comentarios que avalaban su ironía. A este colectivo de “Orianistas” se le agrega otro colectivo que no podría denominarse “club de fans” pero que si son usuarios que tomaron conciencia de la dimensión de los trastornos alimenticios y también repudiaron el video. Por último, podemos reconocer un cuarto colectivo por parte de los usuarios que reconocieron el “chiste” en la parodia y por lo tanto apoyaron compartiendo, “likeando” y viralizando la parodia.

NIVEL ESPACIAL

El análisis de la dimensión espacial tiene como objetivo remarcar los posicionamientos de enunciadores, de las valoraciones que estos realizan y de las transformaciones producto de determinado acontecimiento. Para realizar este análisis tomamos como evento significativo el punto en el cual el testimonio y video de Oriana Sabatini asciende a los medios masivos, en este caso la televisión. Elegimos este instante del caso que analizamos porque creemos que se produce un quiebre en la toma de conciencia por parte de los medios masivos a la hora de informar sobre la problemática de los trastornos alimenticios.

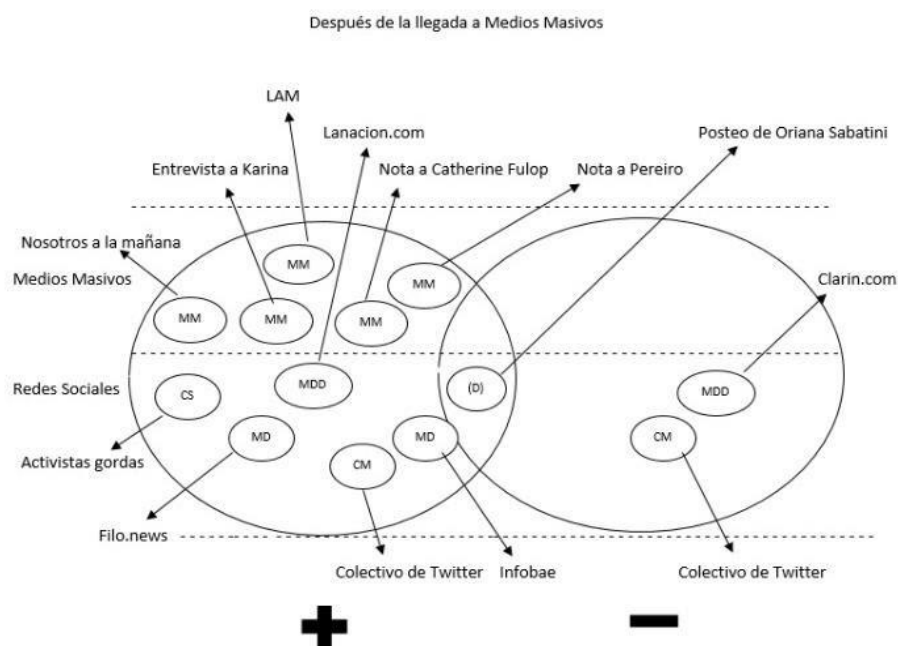
Nuestra intención es ubicar el posicionamiento de los principales enunciadores mediáticos del suceso. A través de este acontecimiento podemos observar y analizar cómo en un primer momento los medios masivos digitales comunican de una determinada manera, desde la inmediatez de la noticia para luego desplazarse hacia otro lugar de mayor profundización y seriedad en relación a la temática.

Para poder realizar esto y retomando a Carlón, clasificamos a los enunciadores participantes en Medios Masivos (MM), Medios Masivos Digitales (MMD), Medios Digitales (MD) Colectivos Mediáticos (CM), Colectivos Sociales (CS), Individuos Amateurs (IA) e Individuos Profesionales (INDP). Retomado el análisis de Oriana Sabatini, es posible establecer dos gráficos desde este enfoque luego de un momento clave: El ascenso a los medios masivos.



Este gráfico representa cómo en un primer momento, a partir del discurso de origen, es decir, del posteo de Oriana Sabatini en Instagram, los distintos medios, individuos y colectivos reaccionaron a la noticia desde perspectivas bastante diferentes. Por un lado, podemos resaltar los aspectos positivos en los que medios digitales como Infobae y Filo.news redactaron la noticia desde una perspectiva informativa y buscando voces autorizadas para aportar claridad a una problemática tan compleja como la que se desarrolló a raíz del posteo. Asimismo, la actitud del medio masivo digital La Nación (lanación.com) trató la noticia con mucha responsabilidad e incluyó, además de la descripción del video y de las referencias del pie de la publicación, la problemática de los trastornos alimenticios al colocar al final de la nota una serie de contactos a donde poder

recurrir en busca de ayuda (hospitales y la Fundación La Casita). Al mismo tiempo, en el campo de las redes sociales se generaron colectivos mediáticos de apoyo hacia Oriana en la plataforma Twitter: el colectivo de fans que sigue a la modelo y algunas personas más que comprendieron la importancia del mensaje, agradecieron su difusión y repudiaron cualquier tipo de broma o comentario despectivo en relación a los problemas de alimentación. También su pareja, Paulo Dybala (INDP), aportó a la difusión positiva del mensaje que quiso expresar la modelo argentina compartiendo el posteo que realizó. Además, se formaron Colectivos Sociales en el ámbito del activismo gordo, con Brenda Mato y Agustina Cabaleiro como dos de sus principales impulsoras. Con este movimiento que fue explicado en los párrafos anteriores, el tema obtuvo una mayor relevancia y cuando los medios buscaron voces autorizadas para hablar de esta temática, también se fijaron en las integrantes de este colectivo para adentrarse en el tema y no hablar por hablar de un tópico tan sensible como es el de los cuerpos. Asimismo, ellas crearon en sus redes sociales un hashtag llamado #ChallengeDelBien para pedirles a los usuarios de Instagram y a la gente en general, que no reproduzcan falsas consignas de amor propio y comuniquen con responsabilidad.



Por el lado contrario, observamos que hubo cierta falta de criterio por parte del medio masivo digital Clarín (clarín.com) al momento de citar la noticia ya que en sus líneas se puede sentir el aspecto romántico que quiso brindarle a la cuestión de los problemas alimenticios por lo que pasó la protagonista: “La cantante se mostró orgullosa por poder superar los conflictos que sufrió durante su adolescencia”, escribe el portal, a pesar de que Oriana nunca tuvo la intención de exponer que el tema está superado para ella, sino todo lo contrario. La actriz remarcó: “No vengo acá a darles ninguna lección, ni a convertirme en una gurú del amor propio claramente, porque la que sigue aprendiendo soy yo”. La nota siguió su rumbo con el objetivo de mostrar lo emotivo y feliz de la cuestión cuando no había mucho de qué alegrarse. En la misma tónica negativa elegimos hablar de la apropiación risible que realizó el youtuber y humorista Marito Baracus (IA) que buscó bromear con el video publicado por Oriana Sabatini y realizó una parodia en su cuenta de Instagram. A pesar de que la plataforma censuró el video rápidamente, no tardaron en aparecer los colectivos mediáticos que se generaron en forma de apoyo, integrado mayoritariamente por sus seguidores y personas que consumen ese tipo de humor y cumplieron con el objetivo de difundir ese video, sobre todo en Twitter, que, de alguna manera, ridiculizaba a la propia Oriana Sabatini y, peor aún, a la problemática en torno a los trastornos alimenticios.

A partir de la llegada de este caso a los medios masivos (MM) como El Noticiero del Trece o los programas “Los ángeles de la mañana (LAM)” o “Nosotros a la mañana” podemos ver cómo la temática se trató con una responsabilidad diferente, recurriendo a especialistas o personas autorizadas para hablar de aquello, ya sean porque conocen a la protagonista, porque saben acerca de los problemas alimenticios o porque

han pasado por una situación similar. En el caso del programa *Nosotros a la Mañana*, conducido por el “Pollo” Alvarez, tuvieron la oportunidad de expresar la opinión de la protagonista del posteo gracias a un audio de Whatsapp: “No tengo mucho más para agregar sobre el posteo que hice ayer. Para mí, es un tema súper serio e importante”; Además ese mismo programa invitó a una nutricionista especializada en el tema para abordar la problemática de los trastornos alimenticios. Por su parte, el staff periodístico de LAM buscó testimonios relevantes desde la perspectiva de la experiencia: entrevistó a Karina “La princesita” que pasó por un momento parecido al de Oriana Sabatini y contó sus problemas relacionados a la alimentación; y también habló al aire Catherine Fulop, madre de la actriz y modelo, que comentó, con algunos detalles más profundos, los problemas que había sufrido su hija.

Consideramos que este cambio que se produjo con el ascenso a los medios masivos estuvo relacionado al trabajo periodístico que hicieron desde la inmediatez, tratando el tema desde un lado más estético que salubre. Enfocando su mirada solamente en un aspecto de tener un cuerpo lindo, feo, más flaco o más gordo, pero sin mencionar los problemas de alimentación a los que hizo referencia Oriana en su posteo. En cambio, dejando pasar las horas y sin responder a este fenómeno de la rapidez por informar, los canales de televisión pudieron desarrollar la noticia y la temática de manera seria, prolongada y responsable, continuando con lo que habían hecho los medios digitales como Infobae y Filo News, el medio masivo digital lanacion.com o los colectivos sociales a través de Instagram.

CONCLUSIONES

“Amor propio en redes”: el último cambio de fase en la línea temporal

El caso comenzó el día 16 de Julio del 2020 cuando Oriana Sabatini posteo en su cuenta de Instagram un video acompañado de un testimonio donde confesaba haber sufrido diez años de trastornos alimenticios. Aquí fue donde se produjo el primer cambio en la dirección comunicacional: el video filmado en la intimidad de su casa pasó de estar almacenado en su celular (de manera privada), a ser público. No sólo fue visibilizado por sus 4.5 millones de seguidores (que tenía al momento de realizar el posteo), sino que también llegó a otros usuarios mediante los diferentes reconocimientos que obtuvo, entre ellos los reposteos.

En nuestro período de análisis, que abarca desde la fecha ya mencionada hasta el 21 de julio, vemos como fue evolucionando, y a nuestro parecer, mejorando los distintos reconocimientos del discurso de origen. Como ya demostramos anteriormente, no es lo mismo comunicar desde la instantaneidad que con mayor tiempo para problematizar la temática. En este aspecto, reconocemos la nota de *Corré La Voz* como el discurso que produce el último cambio de fase en la línea de tiempo el día 21 de julio, y por lo tanto, como uno de los discursos más elaborados y pensados. Con el título “Amor propio en redes: Debates en torno a los cuerpos femeninos”, el portal busca repensar y analizar nuestras actitudes y enunciaciones en torno a nuestros propios cuerpos, como los de aquellos que nos rodean. En este, se presenta al cuerpo como un espacio de significación, lucha y comunicación, tanto de identidades como de experiencias culturales, sociales y políticas, propias de una época y lugar, pero a su vez se lo piensa desde el sentido común. Un sentido común que trae aparejado modelos hegemónicos de belleza y fisonomías legitimadas socialmente en una cultura basada en el espectáculo y preponderante a lo visual. Podemos dar cuenta de que la palabra *fitness* estructura la nota entendiéndola como un ámbito que comprende prácticas corporales, discursos estéticos, médicos y deportivos. En este sentido, repensamos y damos cuenta que un cuerpo *fitness* generalmente se presenta como una fachada dentro de la actuación (Goffman, 1959) en las redes sociales. Esta cuestión queda demostrada en el testimonio personal de Oriana, ya que como ella misma expresó, y asumiendo más una imagen ideal que realista, se solía mostrar en ayunas y después de su entrenamiento, tratando así de mostrar así una imagen *fit* que ella misma no lograba concebir todo el tiempo.

Tal como menciona la nota, las identidades feminizadas son las que mayores exigencias sufren para llegar a una belleza hegemónica considerada como la normalidad. La cual produce patologías como los trastornos alimenticios y reproduce discursos de discriminación y odio frente a quienes no cumplen con el estándar de lo femenino. En este marco, la nota concluye, y hasta se podría advertir que resuelve la dialéctica de gordas versus flacas planteando: “Por ello es importante no negar las experiencias de cada identidad. Aprender de quien se parece a uno como de quien no, aún si el individuo que se expresa tiene privilegios -mejor

posicionamiento en cuanto a oportunidades dentro del patrón dominante de éxito- por estar dentro de la categoría de cuerpo hegemónico, como es el caso de Sabatini. Estos testimonios abren el debate para repensar y analizar nuestras actitudes y enunciaciones en torno a nuestros propios cuerpos, como los de aquellos que nos rodean”.

De redes a medios y de medios a redes

A lo largo del caso, el ascenso y descenso del discurso desde las redes sociales hacia los medios masivos y viceversa es una constante hasta el final. Al mismo tiempo que se van desarrollando nuevas condiciones de reconocimiento alrededor del discurso de origen producido por Oriana Sabatini, el caso va incluyendo nuevas temáticas y otorgando lugares para reflexionar. En un principio, los medios en general, hablaron desde la primicia y la inmediatez que muchas veces exige el periodismo. En las diferentes notas que fueron publicando, se puede notar que no hay un análisis de fondo para con el contenido que trató la modelo en su video. El caso fue desde un simple posteo de una celebrity, hasta voces de profesionales de la nutrición dando cátedra en programas de televisión sobre los trastornos alimenticios, sin dejar de lado el conflicto entre gordas y flacas que retoma el medio digital Filo News. La responsabilidad con la que se trató el tema se fue construyendo con el correr de las horas. En ese primer instante en que todo se dividía entre risas, burlas o apoyos hacia la protagonista del discurso, ¿cuánto se reflexionó sobre la problemática que se mencionaba en aquel discurso? Eso llevó un tiempo más. Gracias a la intervención de las activistas gordas y la toma de conciencia que se produjo en los medios, la noticia dejó de ser un simple posteo y alcanzó el nivel de los medios masivos tradicionales con la responsabilidad necesaria para hablar de los trastornos alimenticios. Evidentemente fue en las redes sociales donde se forjó la toma de conciencia y se abrió el debate alrededor del conflicto sobre los cuerpos. Inmediatamente esto se replicó en los medios masivos, que dejaron de lado esa inmediatez inicial, para darle un correcto tratamiento a la problemática ya mencionada.

Cabe remarcar la importancia del papel de los medios en estos casos porque tienen un poder de influencia por lo menos similar al de las redes y deben contribuir a trasladar el mensaje de conciencia a personas que sufren este tipo de enfermedades. Un mensaje que quizás los y las profesionales de la salud no tienen la oportunidad de transmitir por televisión en reiteradas ocasiones. Muchas veces encontramos programas, páginas o perfiles que dan mensajes equivocados con respecto a cómo tratar estos problemas y creemos que tanto el posteo de Oriana, como el posterior trabajo de los medios masivos de comunicación ayudaron a bajar un mensaje algo más claro sobre el problema de los trastornos alimenticios.

El impacto de la hipermediatización

Con la emergencia de Internet, podemos percibir cómo el fenómeno de la mediatización nos quedó corto. En los últimos años, el calificativo “hiper” se incorporó a la nueva Era generando una “vuelta de tuerca” a la cuestión. Nuestra vida social y los acontecimientos cotidianos se volvieron hipermediatizados en la Era Contemporánea. Nos adentramos a una época donde los medios masivos entran en crisis y la circulación descendente de instituciones a colectivos de actores individuales no es la única. Ahora cada individuo administra su propia red social mediática, todos son enunciadores y enunciatarios. Anteriormente, la televisión era el medio con mayor influencia en las personas en cuanto a la reproducción de sentido. En la actualidad percibimos que las redes sociales lograron ocupar un lugar tan importante dentro de la sociedad, que los medios tradicionales se vieron obligados a compartir su lugar privilegiado de influencia con estas nuevas redes.

Uno de los fenómenos que se vio impulsado por la incorporación de las redes sociales en la vida cotidiana fue el feminismo. Este movimiento se encarga de visibilizar las opresiones que históricamente sufrieron las mujeres y que fueron condenadas al silencio. La bandera del cuerpo como espacio político fue promovida con un gran ímpetu en los últimos años con las redes sociales como herramienta principal de difusión. Dentro de esta consigna se puede advertir el activismo gorde que logró manifestarse de diversas maneras. Fotos y videos de cuerpos nunca antes vistos en el público masivo empezaron a surgir, testimonios personales de lo que ser gordo significa en esta sociedad colmaron las plataformas, llegando al punto de que aquellos medios tradicionales activistas de la delgadez y gordo-odiadores seriales no pudieron continuar obviando estos “nuevos” cuerpos. Con esto nos referimos a que tal fue el protagonismo que adquirió dentro de las redes que llegó al punto de marcar agenda en los medios masivos tradicionales. Lo político se resignifica,

todos los actores individuales se posicionan (consciente o inconscientemente) como sujetos políticos. Lo que se muestra y lo que no se muestra, lo que se publica y lo que no se publica y sobretodo con quienes sí y con quienes no se interactúa, son mensajes políticos. Las redes sociales se constituyeron como una de las principales herramientas que un actor individual posee actualmente para hacer política. En nuestro caso analizado, Oriana al subir el video que tomamos como discurso de origen, hace política, una política contrahegemónica que se enfrenta a lo socialmente establecido y que decide no quedarse en el molde mostrando lo “inmostrable”.

Al haberse modificado el espacio político, hay que tener en cuenta al campo principal de reproducción de estas temáticas: el periodismo. Los medios masivos tradicionales no desaparecieron, sino que han mutado y se han multiplicado, adaptándose al sistema de medios con base en Internet. Con esta nueva circulación del sentido en la comunicación, nos encontramos con la presencia de los portales de internet, vistos desde un estatuto menor al de los medios tradicionales. Sin embargo esta cuestión no quita el valor de su contenido. Se podría llegar a afirmar que muchos portales de Internet, al no depender de un capital económico, no están condenados a comunicar determinadas lógicas periodísticas que giran en torno a cuestiones mercantiles, como sí suele suceder en los grandes medios. Estos medios alternativos, suelen poseer una libertad para comunicar sin ataduras y un carácter contrahegemónico. Como contracara, quienes deberían mostrar la realidad y tomar las temáticas desde una posición seria y abarcativa, por su carácter de legitimidad y allegada a las personas, como lo son los medios tradicionales, no lo hacen. En nuestro caso elegido, podemos observar esto con los portales tomados para el análisis. Mientras que Filo.news, Corré la Voz y ADN Sur se encargaron realmente de analizar y problematizar el posteo de Oriana, Clarín (clarín.com) y La Nación (lanación.com) optaron por describir el video en cuestión al momento de la instantaneidad para luego callar. Es por esto que podemos concluir que el silencio (sobretodo periodístico) también es político.

Por otro lado, podemos decir que es difícil pensar en la producción discursiva contemporánea sin atender a que el humor se genera constantemente. Desde el surgimiento de una sociedad hipermediatizada se construyó un dispositivo productor de una generación de interpretantes que todo el tiempo está enmarcando los fenómenos sociales en fenómenos susceptibles de generar ‘risa’. Por medio de las apropiaciones o intervenciones se produce el humor. A esto lo podemos denominar como fenómeno de lo risible.

Podemos advertir que lo reidero mediatizado, en la era posmoderna, era producido por profesionales y regulado por las instituciones. Como contracara, dentro de la sociedad hipermediatizada de la era contemporánea, nos encontramos frente a las producciones amateurs, que por medio de las apropiaciones, generan (consciente o inconscientemente) lo risible. Esta producción es consecuencia de que en esta nueva generación de lo risible ya no se tiene una regulación institucional como la que existía en la era anterior.

Como mencionamos en el desarrollo, ese mismo día, horas posteriores a la publicación original de la modelo, el humorista Marito Baracus realizó un video humorístico imitando a la cantante y lo subió a su cuenta de Instagram. En base al planteo anterior, podemos notar que lo que hizo Baracus fue una apropiación risible del video y testimonio de Oriana. En torno a esta cuestión surge la controversial pregunta, ¿Es realmente humor? Para que se de el humor en la mediatización, se tiene que construir un enunciador que construya un enunciatario, y que al mismo tiempo ambos se identifiquen con el objeto de la burla, riéndose de sí mismos. Esto no es lo que sucede en nuestro caso de análisis ya que Oriana presenta su testimonio desde una situación delicada en cuanto a su salud mental que incluye los trastornos alimenticios, situación que de humorística tiene poco y nada. En cuanto a este punto, surge la esperada e indignante disputa en la que se plantea que “ya no se puede hacer chistes sobre nada”, aferrándose al “humor negro”. Lo que en realidad ocurre no es que “ya no se puede hacer chistes sobre nada”, sino que estos últimos años se logró mayor consciencia a nivel social, y en este sentido, el feminismo fue un gran impulsor de esta cuestión. Esto se debe a que al visibilizar opresiones y problematizar cuestiones históricamente silenciadas, se dejaron de tomar ciertos discursos como graciosos o como objeto de burla. La justificación de este planteo hace referencia a que lo que probablemente se considere humor para un sector o colectivo, sea discriminatorio a otros.

Por último, nos resulta necesario destacar que gracias al crecimiento que tuvieron las redes sociales en los últimos años, se generó una cercanía y un incremento del contacto entre los artistas y su colectivo de

fans. En este caso, de Oriana con sus “Orianistas”. En este sentido, resulta interesante el hecho de que las redes sociales funcionan como un espacio compartido democratizado. Con esto nos referimos a que un actor individual posee el mismo medio que un actor individual de mayor alcance, tal como una celebrity. Uno puede interactuar y estar en el mismo ámbito que el artista, situación que antes no sucedía tan directamente como ahora con las redes. Por ejemplo, anteriormente en la Era de los medios masivos, se podía ver a un artista en la TV, o mismo escucharlo a través de la radio, sin que estos actores individuales tengan la posibilidad de acceso a esos espacios. Actualmente esta situación no solo no se descarta, sino que además se complementa con las redes sociales.