



**TRABAJO PRÁCTICO**  
**“NUEVAS CONDICIONES DE CIRCULACIÓN DISCURSIVA”**

**“PONER EL CUERPO” POR LA VIOLENCIA DE**  
**GÉNERO**  
**Caso Revista Gente y Florencia Peña**

***SEMIÓTICA DE REDES***  
**Cátedra: Carlón**  
**2021**

**Alumnas:**

**Micaela Bouxin**  
**Camila Victoria Palacios**  
**Agustina Piazza**  
**Odaliz Porter**  
**Jimena Sol Videla**

## **Introducción**

El caso de análisis seleccionado es la tapa de la revista *Gente* N° 2893 año 56, publicada el 25 de febrero de 2021, donde se puede observar a la actriz y conductora Florencia Peña posando con nombres de víctimas de femicidio escritos en su rostro, representando una escena de violencia de género. Esta producción de fotos, cercana al #8M y titulada “Ni Una Más”, buscaba concientizar acerca de la violencia de género y la gran cantidad de femicidios ocurridos en Argentina.

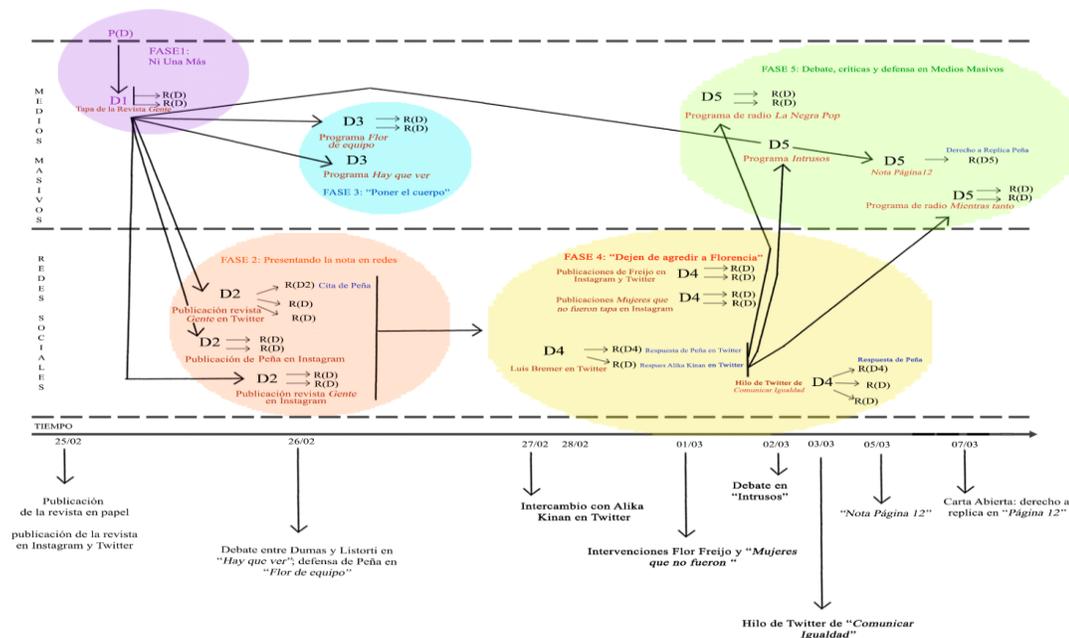
La protagonista del caso de análisis es la actriz, modelo y conductora, Florencia Peña, quien cuenta con una extensa carrera en los medios, que incluye desde teatro de revista, protagónicos en varias sitcom, hasta la conducción de programas de formato magazine, entre otras cosas. Además, desde hace algunos años se ha involucrado en diversas causas que buscan erradicar la violencia hacia las mujeres, como la campaña “Sacá tarjeta roja al maltratador”. También fue parte del colectivo de Actrices Argentinas y se pronunció a favor de la ley de interrupción voluntaria del embarazo. En parte por esto, en varias ocasiones ha sido víctima de violencia mediática y simbólica, y se la ha puesto en el foco de críticas por su orientación política, sus opiniones, así como se ha puesto en tela de juicio su intimidad.

Hemos presentado especial interés en elegir este corpus de análisis ya que se ha creado un debate respecto a qué personas o cuáles medios están legitimados para condenar la violencia de género. Además, consideramos importante la circulación del discurso, que comenzó como una campaña de concientización sobre violencia de género en el país y terminó llevando a la protagonista a una situación de violencia mediática y simbólica hacia su persona.

Según Carlón (2016): “Vivimos en una sociedad hipermediatizada; esto quiere decir que ya no hay un sistema mediático, el de los medios masivos, sino sólo dos, al haberse sumado el que tiene base principalmente en Internet. [...] En la sociedad hipermediática los dos sistemas están en permanente relación y cada punto de contacto entre ellos establece una relación inter-sistémica que desencadena un proceso de incremento de la complejidad” (p. 81). De esta manera, hemos decidido realizar un análisis horizontal-vertical de lo ocurrido con la polémica tapa de Florencia Peña para revista *Gente*, que generó mucho revuelo y polémica, no solo en los medios

masivos de comunicación, sino también en las redes sociales, desplegándose un abanico de opiniones y comentarios, tanto de figuras públicas como de actores individuales.

## Nivel de observación diacrónico



La circulación se hace visible en el análisis del conjunto de condiciones de producción y condiciones de reconocimiento, siendo esta la diferencia entre ambos, según Verón (2013), "en la red infinita de la semiosis, toda gramática de producción puede examinarse como resultado de determinadas condiciones de reconocimiento; y una gramática de reconocimiento sólo puede verificarse bajo la forma de un determinado proceso de producción" (p. 130).

El tipo de circulación hipermediática en este caso fue, según la definición de Carlón (2016), descendente/ascendente: "desciende desde los medios masivos a las redes y luego asciende a los medios masivos" (p. 89). De esta forma, el caso inició el 25 de febrero de 2021, cuando se realizó la publicación de la revista. Descendió a redes sociales entre ese mismo día y el día siguiente, 26 de febrero de 2021, cuando Florencia Peña realizó una serie de publicaciones en sus cuentas de Instagram y Twitter, publicitando la campaña.

En la circulación del caso se dieron **cinco fases**:

### ***FASE 1: Ni Una Más (25 de febrero)***

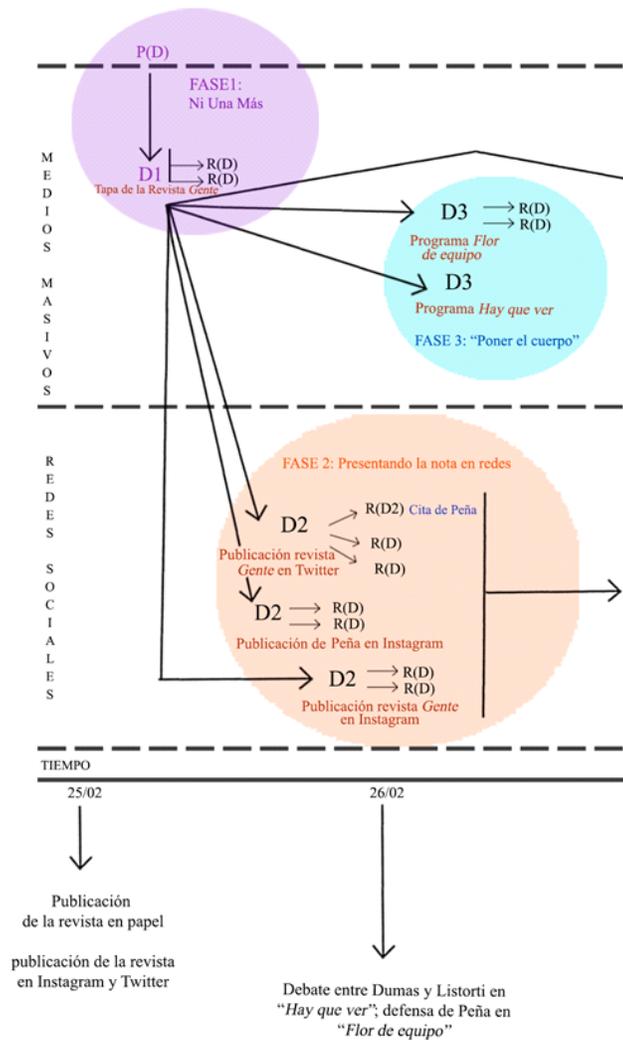
En esta primera fase, que duró un día, se publicó la edición mensual de la revista *Gente* en formato papel. La dirección comunicacional de esta fase fue descendente. La tapa de la edición fue protagonizada por la actriz Florencia Peña, representando a una víctima de violencia de género.

### ***FASE 2: Presentando la nota en redes (25 y 26 de febrero)***

Esta fase tuvo una duración de dos días y, en ella, se publicitó la edición de la revista en redes sociales por parte de las cuentas de Twitter e Instagram de Florencia Peña y de *Gente*. Las primeras reacciones al respecto fueron con valoración negativa, tanto hacia Florencia Peña como hacia la revista. La dirección comunicacional de esta fase fue ascendente.

### ***FASE 3: Poner el cuerpo (26 de febrero)***

En la tercera fase, con una duración de un solo día, el caso volvió a los medios masivos de comunicación, debido a que el programa *Flor de equipo* –donde la misma Peña es conductora– analizó la tapa publicada. Florencia aseguró que su objetivo fue “poner el cuerpo como actriz” para representar la gran problemática que significan la violencia de género y los femicidios en Argentina. También se habló de la “evolución” acontecida por la revista *Gente*, valorando el cambio de contenidos dado en los últimos años, puntualizando en que tiempo atrás esa misma revista había mostrado a la misma actriz de forma hipersexualizada. Ese mismo día se dio un debate al respecto en el programa *Hay que ver* –conducido por Denise Dumas y José María Listorti– en el que, mientras Dumas opinó que no le parecía que la revista *Gente* fuera el medio adecuado para visibilizar la problemática de la violencia de género, Listorti dejó en claro que cualquier medio era válido para hacerlo.



#### ***FASE 4: Dejen de agredir a Florencia (del 27 de febrero al 3 de marzo)***

En esta fase, que se desarrolló durante cinco días, la comunicación volvió a descender a las redes sociales, específicamente a Twitter e Instagram. Entre el 27 y el 28 de febrero, en la red social Twitter, se dio una interacción entre el periodista Luis Bremer, quién defendió a Florencia de las críticas y agresiones; Florencia Peña; y la sobreviviente de trata y activista feminista, Alika Kinan, quién criticó fuertemente a *Gente* por su historial de hipersexualización y cosificación de las mujeres y a Florencia por prestarse a protagonizar la campaña. Estas interacciones conllevaron a que los seguidores de Alika Kinan agredieran verbalmente a Florencia.

Al día siguiente, el 1.º de marzo, se produjeron tres discursos en redes sociales que reflexionaron sobre la polémica tapa: Florencia Freijo, Mujeres que no fueron tapa y Comunicar Igualdad. En el caso de Mujeres que no fueron tapa, criticó a la revista *Gente* y el abordaje superficial de la temática. Florencia Freijo expresó que se tendría que desvincular a Florencia Peña de los comentarios sobre la nota e hizo foco en que se debía exponer a los feminicidas, en lugar de a las víctimas. Por último, dos días después, Comunicar Igualdad hizo hincapié en que se dejara de violentar a Florencia Peña, ya que los debates entre feministas deberían darse desde el respeto, así como también coincidió en el mal abordaje de la violencia de género realizado por *Gente*.

#### ***FASE 5: Debate, críticas y defensa en medios masivos (del 1.º al 7 de marzo)***

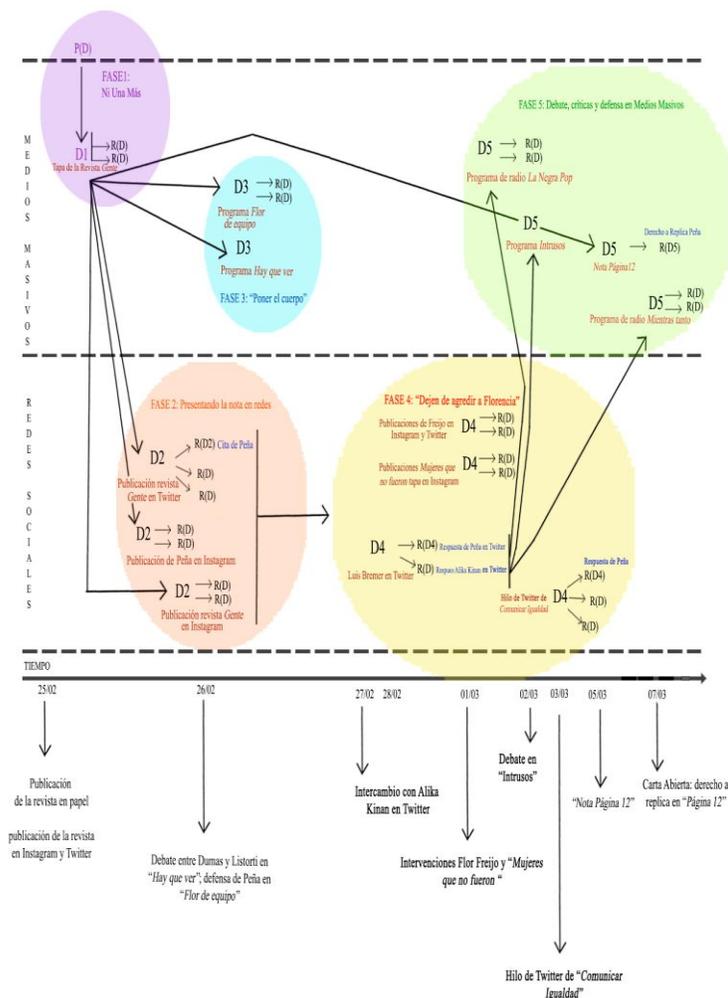
La fase final del gráfico tuvo una duración de cinco días, con una comunicación ascendente, ya que se produjeron varios discursos en medios masivos en reconocimiento sobre este caso mediático. El primer discurso de esta fase se produjo el 1.º de marzo en el programa *La Negra Pop*, conducido por Elizabeth Vernaci y Humberto Tortonese, quienes cedieron su espacio radial para que Florencia Peña se defendiera de las críticas recibidas hasta el momento. Ambos conductores apoyaron a la actriz e hicieron comentarios negativos hacia quienes la violentaron.

Al día siguiente, el 2 de marzo, el programa *Intrusos* dio lugar a un debate sobre las críticas a la tapa de *Gente* y Florencia Peña. El discurso más relevante fue el de Franco Torchia, que no solo defendió a Florencia, sino que realizó un descargo en contra de la revista *Gente*, su dueño y el mal abordaje de la violencia de género.

Tres días más tarde, el 5 de marzo, la versión digital de *Página 12* publicó una nota acerca de la nota en revista *Gente* en donde criticó duramente no solo a la publicación, sino también la participación de Florencia Peña como actriz, a la revista como un medio opresor y a la mala calidad de la producción fotográfica.

Esta nota dio lugar a que el 7 de marzo se produjeran los últimos dos discursos del caso. El primero se dio en el programa de radio *Mientras tanto*, conducido por Marcela Coronel; y, por último, el derecho a réplica publicado por Florencia Peña en *Página 12*. En ambos, la actriz mencionó las agresiones recibidas por otras feministas que no la consideraban como una vocera apta para visibilizar el tema; defendió su labor como protagonista de la campaña que buscaba

concientizar sobre la violencia de género; ponderó el rol del arte como vehículo para mostrar la realidad; y, finalmente, realizó un llamado a la unión entre compañeras feministas.



**CONDICIONES DE PRODUCCIÓN: #Principios2021 (del 21 de enero al 23 de febrero)**

Las condiciones de producción del discurso objeto (D1) las encontramos en la campaña anual #Principios2021 P(D) realizada por Editorial Atlántida, que recorre doce temáticas de carácter social y está adaptada a todos sus productos editoriales: Gente, Para Ti Deco, Para Ti, Papparazzi, Puro Diseño, Billiken y Negocios & Política. La primera tapa de la campaña publicada en *Gente*, en enero, fue protagonizada por Natalia Oreiro, bajo el nombre “Sumergidos”, que hacía referencia a la temática ambiental. La segunda producción –nuestro discurso objeto– se ocupa de

la problemática de la violencia de género (y particularmente los femicidios) en Argentina. Previamente a la publicación del número de la revista *Gente* analizada, la primera mención al tema se realizó en la cuenta de Instagram de @revistagenteok, los días 22 y 23 de febrero, utilizando la expresión “Ni una más, basta de femicidios”, junto con una breve descripción del tópico y números de atención a víctimas. Además, publicó en su página web ([www.gente.com.ar](http://www.gente.com.ar)) dos notas sobre la temática “Ni una más”.

### ***FASE 1: Ni Una Más (25 de febrero)***

El 25 de febrero de 2021, la revista *Gente* publicó su edición mensual en formato papel con una imagen de tapa protagonizada por Florencia Peña (D1) interpretando una escena de violencia de género, con su cara cubierta por los nombres de mujeres que fueron víctimas de femicidio hasta ese momento del año. En el extremo inferior derecho la tapa incluyó la frase “Ni Una Más”, consigna que resulta ajena a la utilizada por la sociedad argentina en su reclamo contra la violencia hacia las mujeres: Ni Una Menos.

### ***FASE 2: Presentando la nota en redes (25 y 26 de febrero)***

El mismo día de la publicación de la revista (25 de febrero), tanto Florencia Peña como *Gente* utilizaron sus cuentas de Twitter (@flor\_de\_p y @genteonline) e Instagram (@flor\_de\_p y @revistagenteok) para amplificar la llegada a este sistema mediático. En la actualidad, la cuenta de @flor\_de\_p tiene 2.594.548 seguidores en Twitter y 5,6 millones en Instagram. Por su parte, las cuentas de *Gente* en redes sociales tienen 1,9 millones de seguidores en Instagram y 583.884 en Twitter.

En Instagram, @flor\_de\_p realizó dos publicaciones (D2) mostrando tanto la tapa como las imágenes de la nota al interior de la revista, junto con un texto que describía la campaña y utilizando los hashtags #NiUnaMás, #NiUnaMenos, #VivasNosQueremos y #Principios2021. Dentro de las reacciones a estas publicaciones R(D2), encontramos diversos tipos de colectivos que se conforman en redes sociales. Por un lado, algunos usuarios hicieron comentarios con valoración positiva; consideraron la nota como acertada y felicitaron a Florencia por visibilizar la problemática correctamente. Asimismo, otros usuarios hicieron comentarios con valoración negativa, haciendo hincapié tanto en la pertinencia (o no) de su imagen como representativa del

movimiento feminista, de la causa en particular, como en la retribución monetaria obtenida por la campaña. Por su parte, @revistagenteok anunció en su posteo, el 26 de febrero, la publicación de la edición de la revista y la temática tratada (D2). Las reacciones R(D2) fueron similares a las que obtuvieron los posteos de Florencia Peña.

En Twitter, en tanto, el 25 de febrero @genteonline publicó varios tweets (D2), entre los que destacamos el que utilizó para promocionar la publicación de la tapa de revista, con el hashtag #Principios2021 y arrobando a @flor\_de\_p. Este mismo fue citado por Florencia Peña en su cuenta de Twitter R(D2), explicando que los nombres de mujeres que figuran escritos en su rostro en la tapa son de víctimas de femicidios ocurridos hasta ese momento del 2021.

### ***FASE 3: “Poner el cuerpo” (26 de febrero)***

El 26 de febrero Florencia Peña se refirió a la revista en su programa en vivo, *Flor de equipo* (D3), que se emite en Telefe de lunes a viernes a las 11.30 h. En dicha emisión Florencia Peña comentó que decidió poner el cuerpo como actriz, como mujer y como observadora de la realidad a la campaña propuesta por *Gente* para visibilizar y generar conciencia acerca de la violencia de género.

Nanzy Pazos, panelista del programa, remarcó como un “upgrade” y un “avance en la sociedad” que la revista haya pasado de mostrar a Florencia Peña de forma hipersexualizada a mostrarla de esta manera, reconociendo que la revista fue “históricamente machista”.

Durante el programa, el panel y la conductora profundizaron en la deconstrucción de la sociedad, en el agradecimiento al movimiento feminista, al cual consideraron heterogéneo, y la posibilidad que tiene el arte de generar conciencia y mostrar una realidad.

Acerca del debate dado sobre si Florencia es una persona que representa la lucha de las mujeres, el panel consideró que sí era representativa por mostrar este tipo de casos a diario en su programa, aunque la conductora aclaró que la nota no se basaba en ella misma, sino en la representación de una mujer que sufre violencia.

Además, el mismo día se generó un debate acerca de la publicación en el programa *Hay que ver* (D3), que se emite en El Nueve de lunes a viernes a las 15 h, conducido por Denise Dumas y José María Listorti, junto con un panel. La conductora criticó fuertemente la tapa, haciendo hincapié en que no consideraba correcto que una revista como *Gente* –vinculada a noticias del

mundo del espectáculo y particularmente conocida por cosificar a las mujeres– se hiciera cargo de representar una problemática tan delicada. Sus panelistas y el co-conductor remarcaron que les parecía “un lugar válido” para hablar de los femicidios y además señalaron el cambio de dirección que la revista llevó adelante en el último tiempo.

Dumas explicitó que, para ella, es un tema que hay que tratar “donde corresponde”, como por ejemplo en noticieros. Listorti, en cambio, sostuvo que cada uno debería visibilizar la problemática desde su lugar y que no hay medios específicos donde corresponda tratarla.

#### ***FASE 4: “Dejen de agredir a Florencia” (del 27 de febrero al 3 de marzo)***

Durante esta fase varios individuos profesionales y medios colectivos comenzaron a reclamar que se dejara de agredir a Florencia Peña y remarcaron tanto la mala ejecución de la campaña como el rol históricamente machista y cosificador de la revista *Gente*.

#### **Primera repercusión en redes y debate**

El periodista Luis Bremer (@luisbremer), quien cuenta con 411.383 seguidores en Twitter, publicó un tweet el 27 de febrero (D4) acerca de la polémica que había generado la tapa de la revista en redes los días anteriores, apoyando a Florencia Peña por el maltrato recibido. Este discurso generó un reconocimiento en Twitter de 722 Me gusta y dio como resultado la interacción entre Peña y Alike Kinan R(D4), sobreviviente de trata de personas, quien citó al periodista anteriormente mencionado. Alike Kinan, en tanto, cuenta con 18.998 seguidores en esta red social.

#### **Florencia Freijo, Mujeres que no fueron tapa y Comunicar Igualdad**

El caso tomó mayor relevancia en redes hacia el 1.º de marzo, cuando el medio colectivo Mujeres que no fueron tapa (@mujeresquenofuerontapa) publicó una reflexión acerca de la revista (D4) criticando fuertemente a *Gente* por ser una revista que históricamente ha cosificado y sexualizado a las mujeres en general, al mismo tiempo que se señaló el abordaje superficial que se dio sobre la problemática en particular. Este medio cuenta con 283 mil seguidores en Instagram y la publicación recibió un total de 11.464 Me gusta.

El mismo día Florencia Freijo, por su parte, publicó en sus cuentas de Twitter (@mariaFFreijo) y de Instagram (@florfreijo) su propia opinión acerca de la polémica (D4). Freijo es politóloga, activista por los derechos humanos y referente de un sector del feminismo. Cuenta con 238 mil seguidores en Instagram y con 101.910 en Twitter, respectivamente. En su posteo de Instagram, que recibió 16.833 Me gusta, criticó el foco que le dio la revista a las víctimas, opinando que a quienes realmente se debía exhibir era a los feminicidas. Por otro lado, Freijo pidió que cesaran las agresiones a Florencia Peña, desvinculándola de la polémica.

Pocos días después, la Asociación Civil Comunicación para la Igualdad publicó un hilo en Twitter (D4) (@ComunicaIgu) en donde se pronunció en contra de las agresiones hacia Florencia Peña y procedió a realizar una reflexión sobre la situación. Esta cuenta de Twitter cuenta con 11.206 seguidores. En primer lugar, se remarcó que los debates entre compañeras feministas no deberían darse desde la violencia y que las discrepancias no deberían traducirse en agresiones. Por otro lado –y teniendo en cuenta que el tono y las imágenes seleccionados no fueron los más acertados para concientizar sobre la problemática–, señaló que la intención de Florencia Peña era usar su llegada para que este reclamo alcanzara a la gran cantidad de personas que la siguen, entre las cuales un amplio porcentaje son mujeres feministas. En respuesta al hilo, @flor\_de\_p agradeció la intervención y celebró el debate respetuoso entre compañeras feministas R(D4); su retweet obtuvo en total 167 Me gusta.

#### ***FASE 5: Debate, críticas y defensa en medios masivos (del 1.º al 7 de marzo)***

A partir del 1º de marzo se generaron varios discursos en estos medios masivos. Uno de ellos se dio en el programa *La Negra Pop*, que se emite de lunes a viernes de 9 h a 13 h en La Pop 101.5, en el cual Florencia Peña dio su opinión sobre las críticas recibidas. Este espacio fue cedido por su amiga Elizabeth Vernaci y Humberto Tortonesi para que hiciera un descargo públicamente (D5). Los conductores le demostraron su apoyo a la actriz hablando sobre los malos comentarios generados por la tapa de *Gente*, refiriéndose a las mujeres que la criticaron como “violentas” y “no tolerantes”.

Al día siguiente, en el programa *Intrusos* –emitido por América TV de lunes a viernes a las 13.30 h– se volvió a instalar el tema (D5) y se generó un debate acerca de la revista y la polémica. Franco Torchia, panelista del programa, consideró que *Gente* dejó de ser importante hace

décadas, repudiando los ataques que Florencia Peña recibió y ponderando sus valores como persona. Asimismo, criticó fuertemente que el dueño de la revista, un empresario varón cisheterosexual, tratara un tema urgente como la violencia de género; mientras recalcó que durante décadas esta revista se dedicó a cosificar a las mujeres, mostrando un cuerpo manipulable y usable, una idea que también se reproduce en la sociedad.

El día 5 de marzo, el diario *Página 12* publicó en la sección “Las12” de su página web una nota (D5) en la cual se criticó fuertemente no solo a la producción fotográfica –tildada de precaria– realizada por un medio que desde su origen oprimió y oprime sistemáticamente a la mujer debido al contenido que produce, sino también a la participación de Florencia Peña, una persona que, según la periodista que redactó la nota, Liliana Viola, no debería ser mensajera de la lucha contra la violencia de género hacia las mujeres.

La autora polemizó la utilidad de esta producción y a quién concientiza, alegando que las mujeres viven la violencia en carne propia. Según ella, la revista no propuso una mirada ética hacia las víctimas, sino que reprodujo el rol de los hombres como naturalmente agresivos y a las mujeres como frágiles: “¿No conseguiría más lectoras y lectores si la revista se propusiera encarar esa monstruosa complejidad?”, dijo Liliana. Por último, Viola criticó el cambio de una consigna histórica como Ni Una Menos por “Ni Una Más”, ya que implica un retroceso en la lucha y pone a las mujeres como cifras.

El mismo día, Florencia fue invitada al programa de radio *Mientras tanto* (D5), conducido por Marcela Coronel en la FM Mucha Radio 94.7. Hizo mención a que existe cierto sector feminista que la criticó por la forma de replicar la problemática y remarcó la posibilidad de debatir sobre las formas de comunicar la violencia de género. Por otro lado, diferenció que otras mujeres –al considerar a *Gente* una revista “banal”– la criticaron por realizar una producción que trivializó y frivolisó el tema. Por último, señaló que otras críticas se centraron en su persona: sentenció que a algunas mujeres les molestó que fuera ella quien se puso en la piel de una víctima de femicidio, por ser una actriz que no entra en “los cánones de la seriedad” debido su historial como protagonista de comedias.

**Derecho a réplica: #EsConTodas (7 de marzo)**

Esa misma fecha, 7 de marzo, día donde finalizó el recorte del caso elegido, *Página 12* R(D5) otorgó un espacio a Florencia Peña de acuerdo a lo establecido en el artículo 75 inciso 22 de la Constitución Nacional (en concordancia con el artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos): el derecho de rectificación o respuesta.

En esta publicación, Florencia Peña señaló que se metió con un tema del que pareciera que solo unas pocas elegidas pueden hablar y que le quedó claro que ella no forma parte de ese selecto grupo. Remarcó que no fueron hombres quienes la agredieron violentamente, sino mujeres. También hizo hincapié en que a ciertas personas y medios se los “condena” por su historial o su pasado, y que pareciera que no tuvieran posibilidad de transformación o cambio. Volvió a aclarar que realizó la producción desde su lugar de actriz, utilizando al arte como canal para mostrar una problemática e instalarla en la agenda. Lamentó que la campaña, centrada en visibilizar la violencia de género y los femicidios, terminara centrándose en su persona. Por último, cerró la nota recordando que el movimiento es “de todas y con todas” y que, de haber ayudado a una única mujer, su objetivo fue cumplido.

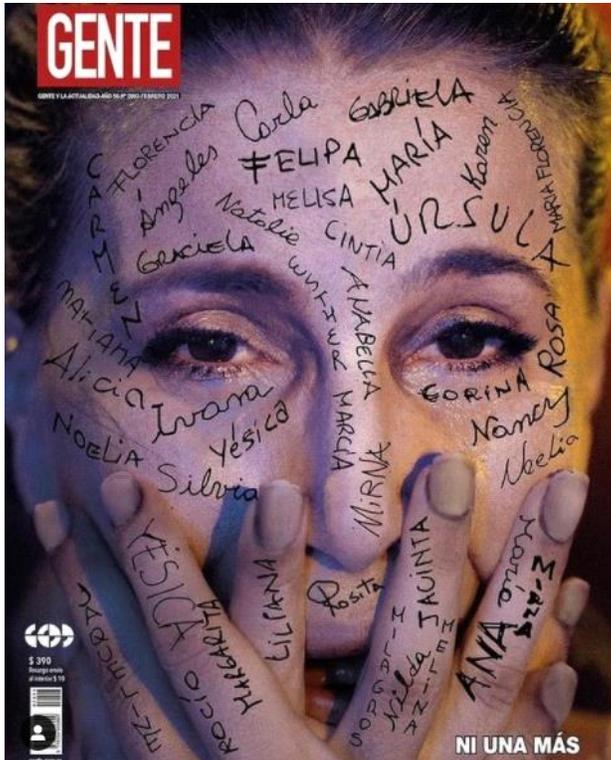


### Nivel de observación micro

**FASE 1 - Ni Una Más:** el enunciador en esta fase fue la revista *Gente*, un medio masivo de comunicación, específicamente un medio gráfico, con su respectiva versión digital. En esta fase no se dio la conformación de ningún colectivo.

**FASE 2 - Presentando la nota en redes:** en esta fase la comunicación descendió de los medios masivos a las redes sociales, donde los principales enunciadores fueron Florencia Peña –como

individuo profesional— mediante sus redes sociales (Twitter e Instagram) y la revista *Gente* en su versión digital (por medio de sus cuentas de Twitter e Instagram). Se detectó la presencia de colectivos de larga data (los seguidores de Florencia Peña en redes sociales, quienes se manifestaron en las publicaciones sobre la tapa) y la conformación de colectivos en torno a un foco de interés (usuarios de Twitter e Instagram que criticaron o apoyaron la campaña tanto en las redes de Florencia como en las de *Gente*).



flor\_de\_p

flor\_de\_p Este mes, junto a @revistagenteok realizamos esta producción de alto impacto visual y comprometida. Nos animamos a ser vehículo de comunicación en la causa #NiUnaMás, que busca visibilizar y generar conciencia sobre la violencia de género y su expresión más cruda: los femicidios.

De la violencia se puede salir. Pedí ayuda! Llamá al 144. #NiUnaMenos #VivasNosQueremos

Los nombres de las mujeres que figuran en la tapa son de víctimas de femicidios ocurridos en lo que va de este 2021, actualizado al cierre de la edición impresa de @revistagenteok.

Les gusta a peroketoda y personas más

25 DE FEBRERO

Añade un comentario... Publicar



**FASE 3 - Poner el cuerpo:** en esta fase, la circulación ascendió a los medios masivos. Los principales enunciadores fueron Florencia Peña y el panel de su programa *Flor de equipo* y los conductores del programa *Hay que ver*, Denise Dumas y José María Listorti, en su rol de individuos profesionales. Se comenzó a formar un colectivo efímero, conformado por quienes criticaron específicamente a la revista *Gente* (en esta fase fue representado por Denise Dumas).

**FASE 4 - Dejen de agredir a Florencia:** los principales enunciadores de esta fase fueron, por un lado, el periodista Luis Bremer –individuo profesional–, la sobreviviente de trata Alike Kinan –individuo amateur– y nuevamente Florencia Peña (los tres en sus respectivas cuentas de Twitter) y, por otro lado, la politóloga feminista Florencia Freijo (mediante sus cuentas de Twitter e Instagram como individuo profesional) y los medios colectivos Mujeres que no fueron tapa (a través de sus cuentas de Twitter e Instagram) y Comunicar Igualdad (en su cuenta de Twitter). La dirección comunicacional fue descendente, ya que el caso volvió a las redes sociales. En esta fase se dió una interacción comunicacional entre “pares”, en la que Florencia Peña les respondió las críticas tanto a Alike Kinan como a sus seguidoras; sin embargo, como Florencia Peña es un

individuo profesional que cuenta con muchos más seguidores en sus redes sociales, no se dio una relación de horizontalidad. El periodista Luis Bremer defendió a Florencia, twitteando:

Luis Bremer [@luisbremer]. (27 de febrero de 2021). “*Los distintos tipos de agresiones x redes a @Flor\_de\_P por esta tapa de @genteonline hablan del inmenso trabajo que queda por delante para correr el Velo Machista que sostiene nuestro Sistema de Creencias que habilitan la agresión a las mujeres. Fuerza Flor. Sé de tu compromiso*” [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/luisbremer/status/1365687038591303683>

En esta fase se detectó la presencia de un colectivo de larga data conformado por feministas radicales, que apoyaron a Alike Kinan en Twitter. Además, nuevamente nos encontramos con el colectivo efímero que cuestionó a la revista *Gente*, apartando del foco de las críticas a Florencia Peña.

**FASE 5 - Debate, crítica y defensa en medios masivos:** en esta última fase la comunicación ascendió a medios masivos, en donde se produjeron varios discursos dentro de este sistema mediático. Los principales enunciadores fueron el programa radial *La Negra Pop* –conducido por Elizabeth Vernaci y Humberto Tortonese–, el programa televisivo *Intrusos* –conducido por Rodrigo Lussich y con la participación del panelista Franco Torchia–, la versión digital de la revista *Paparazzi*, la versión digital de la sección *Las12* de Página 12 –redactada por la investigadora y escritora Viviana Viola–, el programa radial *Mientras tanto* –conducido por Marcela Coronel– y, por último, el derecho a réplica escrito por Florencia Peña y publicado en la versión digital de *Página 12*. Todos estos enunciadores se desempeñaron en medios masivos. Se detectó la presencia de un colectivo efímero conformado por los conductores Elizabeth Vernaci, Humberto Tortonese y Marcela Coronel, quienes le brindaron a Florencia Peña un espacio para descargarse y además la defendieron de las críticas así como también apoyaron la campaña.

### **Nivel espacial**

En la confección del análisis de la dimensión espacial utilizamos las categorías propuestas por Mario Carlón (2020) para clasificar a los enunciadores participantes dentro de las siguientes categorías: Medios Masivos (MM), Medios Masivos Digitales (MMD), Medios Digitales (MD),

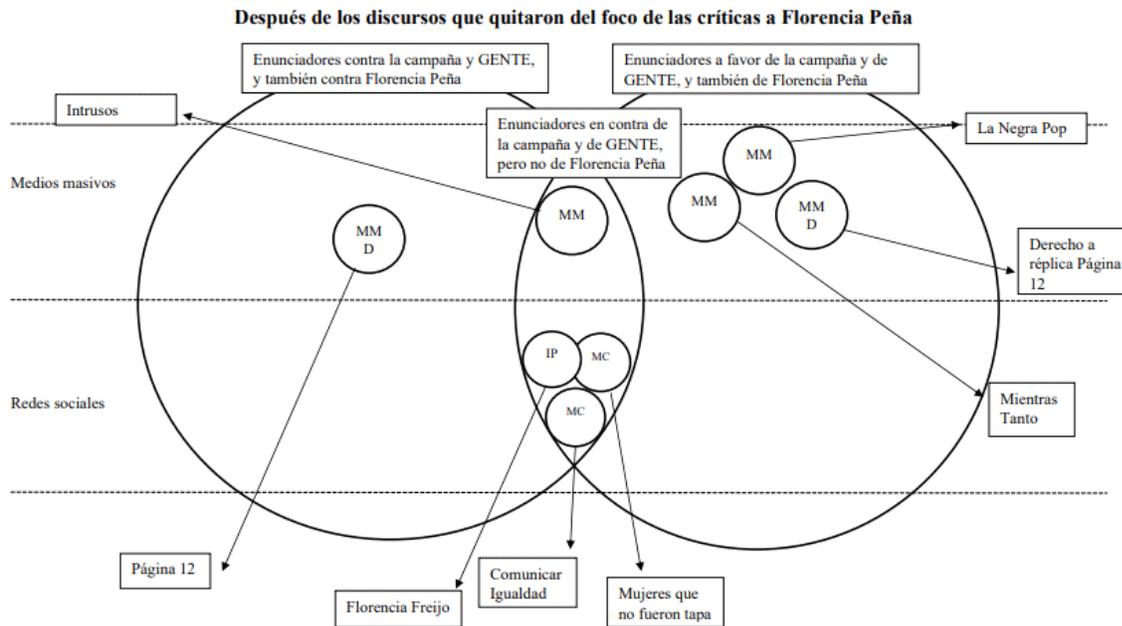


co-conductor del programa, por su lado, le llevó la contra a Dumas, diciendo que cualquier medio era el indicado para visibilizar el tema.

Mientras el caso comenzaba a circular en medios masivos, simultáneamente llegaba a uno de sus puntos más álgidos en redes sociales: en Twitter, la activista feminista y sobreviviente de trata Alike Kinan criticó tanto al rol históricamente machista de la revista *Gente* como a Florencia Peña por prestarse a sus servicios. Este intercambio entre Kinan y Peña produjo que las seguidoras de la activista (Colectivo Mediático) atacaran a la actriz mediante tweets en los que le exigieron que se disculpara con Kinan, explicitando que una campaña sobre violencia de género y femicidios debía ser representada por una víctima real y no por una actriz. Además, culparon tanto a *Gente* como a Peña de haber frivolizado la muerte y el dolor. También criticaron la ideología política de Florencia, exigiéndole que le pida a “su gobierno” que cambie las leyes para que estas dejaran de perjudicar a las víctimas. Por último, también se criticó que Peña haya trabajado bajo remuneración.

Por otro lado, también hubo comentarios positivos. Tanto seguidores de Florencia Peña como otros usuarios de Twitter decidieron defenderla de las críticas, puntualizando en la importancia de haber difundido la problemática desde su posición como comunicadora, agradeciendo su compromiso con la causa y pidiendo que hubiera más empatía entre las mujeres feministas. Además, el periodista Luis Bremer (Individuo Profesional) twitteó criticando las agresiones en redes hacia Florencia, argumentando que estas eran parte del mismo sistema machista que se estaba criticando.

En el programa *Flor de equipo*, conducido por la misma Florencia Peña, la panelista Nancy Pazos reconoció que *Gente* había sido una revista históricamente machista. Sin embargo, tanto ella como el resto del panel remarcaron que el trato de esta problemática en la revista era un avance para la sociedad y ponderaron el compromiso de Peña para con la causa.



En el segundo gráfico observamos un cambio en la dimensión espacial de las críticas, luego de que Florencia Freijo (Individuo Profesional) y Mujeres que no fueron tapa (Medio Colectivo) publicaran sus opiniones acerca de la tapa de *Gente* en donde criticaron fuertemente el carácter cosificador de la revista y el tratamiento con falta de perspectiva de género de la campaña y las fotografías usadas. Ambas remarcaron en sus discursos la necesidad de correr del foco de las críticas a la persona que protagonizó la producción y reflexionar acerca de las agresiones entre mujeres. Lo mismo sucedió en el caso de la Asociación Civil Comunicación para la Igualdad (Medio Colectivo), que realizó una publicación en su cuenta de Twitter, haciendo énfasis en la violencia mediática sufrida por Florencia Peña y en la necesidad de detener las agresiones entre mujeres. Sin embargo, también coincidieron en que el tratamiento de la problemática elegido para la producción no fue el más acertado.

Luego de estas declaraciones, el debate ascendió a medios masivos. A partir de este momento se generaron más espacios para visibilizar las agresiones hacia Florencia Peña. Además, se le cedió a la actriz un espacio para defenderse y hablar de la campaña. Identificamos que, en esta instancia, los discursos producidos hicieron hincapié en detener la violencia mediática hacia la actriz y en la unión que debía producirse entre feministas.

De esta forma, en el programa televisivo *Intrusos* (Medio Masivo) se destacó la opinión del panelista Franco Torchia, quien focalizó su discurso en el machismo histórico de la revista *Gente* y en su tradición de mostrar el cuerpo femenino como manipulable y usable. También criticó que la persona detrás de *Gente*, un varón cis-heterosexual, quisiera tratar tan superficialmente la violencia de género. Nuevamente, se corrió del centro de las críticas a Florencia Peña.

En el programa radial *La Negra Pop* (Medio Masivo) se le dio a Florencia Peña un espacio para hablar sobre las agresiones recibidas en redes sociales. No solo se la defendió como actriz, sino también como representante feminista. Los conductores criticaron particularmente las agresiones provenientes de otras mujeres. En este medio no se apuntó contra la revista *Gente* o contra la campaña realizada, e incluso se apoyó la producción.

Poco después, la sección *Las12* de la página web de *Página 12* (Medio Masivo Digital) publicó una nota redactada por la periodista Liliana Viola en la que se criticó tanto a la revista *Gente* como a Florencia Peña por haberse sumado a la producción. Se argumentó que se trataba de una “pornografía del dolor” y se criticó tanto el uso comercial de una problemática muy dolorosa como la utilización del “Ni Una Más” para reemplazar el lema histórico del feminismo, Ni Una Menos. Viola catalogó a este juego de palabras como vil y como un retroceso. Este fue el único discurso posterior a la intervención de Freijo, Mujeres que no fueron tapa y Comunicar Igualdad que fue explícitamente crítico con la figura de Florencia Peña y no solo con la revista.

Después de darse estas críticas, Florencia Peña participó del programa radial *Mientras Tanto* (Medio Masivo), conducido por Marcela Coronel, para hablar sobre las críticas recibidas. Además, *Página 12* le cedió un espacio para que expresara su derecho a réplica (Medio Masivo Digital), respondiéndole a la nota de Liliana Viola. En ambos medios la actriz habló de la necesidad de frenar las agresiones entre mujeres e hizo un llamado a la unión dentro del feminismo.

## **Conclusiones**

**De defensora a defendida: evolución entre el discurso que dio a conocer el caso y el que produjo el último cambio de fase**

El discurso objeto fue publicado en su formato papel el día 25 de febrero de 2021. La campaña impulsada por la revista *Gente* bajo el lema “Ni Una Más” tenía como objetivo concientizar sobre la violencia de género y visibilizar los nombres de las víctimas de femicidios acontecidos en el territorio argentino hasta el momento de publicación. Tal como la Asociación Civil Comunicación para la Igualdad lo demostró al publicar una investigación acerca de los discursos de odio y el debate feminista en redes, Florencia Peña es una de las mujeres argentinas famosas más influyentes en cuanto a temas relacionados al feminismo, junto a otras mediáticas como Lali Espósito o Luciana Salazar. La selección de la actriz como cara de la campaña, sin embargo, no fue recibida positivamente por todos los sectores del feminismo argentino. Mientras que una parte de sus seguidores apoyó y festejó la representación realizada por *Gente* y protagonizada por Peña, otros usuarios de redes sociales fueron muy críticos con la caracterización elegida para representar a una víctima de violencia de género. Fue particularmente en Twitter donde sectores del feminismo radical argentino –representados en el caso por la sobreviviente de trata de personas Alike Kinan– se mostraron en contra de la producción llevada a cabo y catalogaron a Peña de no ser lo suficientemente “representativa” del movimiento feminista. Otros sectores del feminismo –representados por Florencia Freijo, Mujeres que no fueron tapa y Comunicar Igualdad– decidieron hacer una distinción entre la producción fotográfica y la protagonista de la tapa, argumentando que el problema no era Florencia Peña intentando visibilizar la problemática desde su lugar de actriz, sino que la revista *Gente* (que ha mostrado desde siempre a las mujeres cosificadas, sexualizadas y “agradables a la vista”) intentara concientizar sobre la violencia de género.

Para cuando el caso llegó a la quinta y última fase, Florencia Peña había dejado de ser una referente del feminismo que intentaba visibilizar la problemática de la violencia de género para volverse una víctima de la violencia mediática y las agresiones tanto de otras mujeres feministas como de usuarios anónimos en redes sociales. El discurso que generó el último cambio de fase – el programa radial *La Negra Pop*, conducido por Elizabeth Vernaci– se caracterizó por cederle un espacio a Florencia Peña para defenderse de las agresiones recibidas, por criticar fuertemente a las mujeres feministas que agredieron por redes sociales a la actriz, y por reivindicar a Florencia Peña como mujer feminista preocupada por e involucrada en la problemática. A excepción de la nota publicada por *Página 12* en su versión digital –redactada por Viviana Viola– que criticó duramente a la actriz, todos los discursos producidos en esta última fase

hicieron referencia a las agresiones recibidas por Florencia y le cedieron un espacio para dar su versión de los hechos.

### **Florencia versus los agresores: transformaciones entre los enunciadores y sus discursos**

Inicialmente, los enunciadores involucrados en el caso se mostraron críticos con la producción fotográfica de *Gente*. En redes sociales, los usuarios que respondieron a las publicaciones realizadas por Florencia Peña y por *Gente* en sus respectivas cuentas de Twitter e Instagram acusaron a la revista de frivolar los femicidios, de realizar una representación bizarra y también de querer lucrar con la problemática. Entre estos usuarios se encontró Alike Kinan y sus seguidoras. Por otro lado, otros usuarios de redes sociales apoyaron la producción, remarcando la importancia de visibilizar la violencia de género por todos los medios posibles, agradeciéndole a Florencia Peña por prestarse para la representación.

Cuando el caso se encontraba en la mitad de su desarrollo, surgió un discurso diferente: el que criticaba duramente a la revista *Gente* y a la producción realizada, pero corría del foco de las críticas a Florencia Peña. Esta posición –sostenida principalmente por Florencia Freijo, Mujeres que no fueron tapa y Comunicar Igualdad en redes sociales, así como también por Denise Dumas en medios masivos– hizo hincapié en reconocer el machismo y la cosificación de la revista, en criticar la forma en la que se ejecutó la producción fotográfica y en la escasa perspectiva de género empleada en su confección; todo esto mientras exigían que se detuvieran las agresiones hacia Florencia y llamaban a la unidad entre feministas.

En la quinta fase varios enunciadores de medios masivos comenzaron a emitir discursos en defensa de Florencia Peña y también le brindaron un espacio para replicar a las críticas y agresiones que recibió en redes sociales; tal fue el caso de los programas radiales *La Negra Pop* y *Mientras tanto*. De esta forma, se la reivindicó como mujer feminista, se argumentó que su compromiso y respeto por la causa no debían ser desmerecidos, y simultáneamente -no se criticó a la producción ni a la revista *Gente*. Por otro lado, en esta fase continuó habiendo discursos que seguían el tono de los emitidos durante la fase anterior (desligar a Florencia y criticar a *Gente*); este fue el caso del programa televisivo *Intrusos*. Por último, en esta fase también se dio la publicación de una nota en la versión digital de *Página 12*, en la que se criticó tanto a la revista

*Gente* y la producción realizada como a Florencia Peña, siendo este el único discurso diferente a los demás.

En el cierre de la fase y del caso, Florencia Peña realizó un derecho a réplica en la versión digital de *Página 12*, en respuesta a la nota publicada en el mismo medio y como respuesta final hacia las agresiones y críticas recibidas. En esta, la actriz concluyó que existe una creencia general de que ciertas personas y ciertos medios no deberían erguirse frente a la violencia de género y los femicidios. Asimismo, resaltó que su intención fue instalar la problemática en la agenda de los medios y que, en todo momento, ella puso el cuerpo como actriz y como mujer observadora de la realidad.

### **De medios a redes**

Notamos que las reacciones de los individuos amateurs en redes sociales fueron más naturales y supusieron ser más “sinceras” que las opiniones que dieron los actores de los medios masivos, donde los individuos profesionales se expresaron de un modo “políticamente correcto”. Tal es el caso del colectivo mediático compuesto por las seguidoras de Alike Kinan en Twitter, quienes se pronunciaron de forma violenta y directa hacia Florencia Peña, sin medir sus dichos por ser individuos anónimos. En el caso de los enunciadores de medios masivos, esta cuestión se puede observar en diversas entrevistas, tal como la realizada por Elizabeth Vernaci, quien se refirió hacia las personas que criticaron a la actriz como agresivas y con poca empatía. Así, Vernaci intentó mostrar una postura imparcial sobre la producción de fotos, pero se inclinó hacia la defensa de Florencia Peña. Asimismo, en el espacio cedido por Marcela Coronel en su programa de radio, la actriz dejó entrever que algunas figuras públicas que trabajan en los medios masivos se comunicaron de forma privada con ella para mostrar su apoyo tanto hacia la campaña realizada por la revista *Gente* como hacia su persona, por el maltrato recibido. Esto reflejaría que hubo enunciadores que decidieron pronunciarse por privado y no públicamente, para no verse involucrados en el conflicto.

### **El cambio de contrato de lectura de *Gente***

De acuerdo con Verón (1985), el contrato de lectura es aquel que se da en la relación entre el medio y sus lectores, y “en el caso de las comunicaciones de masa, es el medio el que propone el

contrato [...] En un soporte de prensa, como en cualquier discurso, todo contenido es necesariamente tomado a cargo por una o múltiples estructuras enunciativas. El conjunto de estas estructuras enunciativas constituye el contrato de lectura que el soporte propone a su lector. [...] El análisis del contrato de lectura permite de este modo determinar la especificidad de un soporte, hacer resaltar las dimensiones que constituyen el modo particular” (s/p). En el caso de la revista *Gente*, el contrato de lectura propuesto históricamente estuvo relacionado con la vida de la farándula argentina, en relación con la cultura y el espectáculo. Este año, la editorial decidió actualizar su contrato de lectura, incluyendo en sus tapas mensuales doce temáticas vinculadas a causas sociales. En el caso de la edición analizada, en el extremo inferior derecho la tapa se incluyó la frase “Ni Una Más”, consigna que resulta ajena a la utilizada por la sociedad argentina en su reclamo contra la violencia hacia las mujeres: “Ni Una Menos”. El término elegido por la revista se utiliza como consigna en algunos países de Latinoamérica, lo que podría ir en consonancia con la línea editorial de Grupo Atlántida como empresa con presencia en otros países de la región además de Argentina, aunque en su propia página web se declare como “protagonista de la cultura argentina”.

Esta discrepancia en el lema utilizado, sumado a la escasa perspectiva de género que se utilizó en la confección de la campaña y el tratamiento revictimizante de las fotografías empleadas, llevó a que la publicación no fuera bien recibida por el público, especialmente luego de que esta se amplificara en redes sociales. De esta forma, se produjo un choque con los colectivos feministas y se dio una explosión de respuestas negativas en redes sociales. Asimismo, en medios masivos se comentó y debatió en varios programas sobre esta actualización en el contrato de lectura propuesto por *Gente*, notando un cambio entre el contenido cosificador y superficial que tuvo históricamente con el propuesto en esta nueva línea editorial.

Acerca de las imágenes, de acuerdo con Verón (1985), “lejos de ser extrañas al contrato de lectura, las imágenes son uno de los lugares privilegiados donde ésta se constituye, donde el enunciador teje el nexo con su lector, donde al destinatario se le propone una cierta mirada sobre el mundo” (s/p). Aquí encontramos el principal problema en la producción de fotos: mientras que la revista *Gente* propuso un cambio de contrato de lectura en la selección de los temas a tratar, esto no se reflejó en la forma en la que se decidió mostrar la violencia de género. La producción fotográfica reprodujo estereotipos acerca de las víctimas, posicionándolas como indefensas y/o

débiles, al mismo tiempo que se mantuvo fiel a sus raíces sensacionalistas. Este error en la ejecución podría estar relacionado con lo que Franco Torchia señaló en el programa *Intrusos*: el hecho de que el dueño de *Gente* (un varón cisheterosexual) no tuviera la perspectiva de género necesaria para tratar el tema con el respeto y conocimiento que se merece.

Otra cuestión que posiblemente haya influido en la recepción negativa de la producción fotográfica es la indicialidad de la fotografía. Según Carlón (2016), “la indicialidad es la gran novedad que la fotografía trajo como experiencia compartida y, sin su focalización es imposible comprender la consolidación en el siglo XX del Sistema de Medios Masivos [...] Verón pone el acento en el presente de la recepción, pero su análisis no refuta el noema barthesiano: la fotografía es siempre la imagen de un tiempo pasado (esto ha sido) y el encuentro con el receptor que vive en presente se da en esa tensión” (p. 38). Algunas de las personas que criticaron que Florencia Peña se prestara para reproducir una escena de violencia de género se mostraron en desacuerdo con que se representara una situación ficticia (“esto no ha sido”), sin tener en cuenta que la actriz ha sido sometida a violencia machista y cosificación durante toda su carrera, y que se ha mostrado muy preocupada por la problemática durante los últimos años.

Si bien las críticas dirigidas hacia la revista fueron válidas y fundamentadas, quien dio la cara por la situación en todos los casos fue Florencia Peña, que recibió ataques personales y finalmente fue víctima de violencia mediática; una deuda que incluso debe saldarse hacia el interior de los feminismos, ya que los debates deben darse desde el respeto. En este sentido es importante que los medios de comunicación produzcan mensajes libres de violencia y estereotipos que oprimen a las personas feminizadas o disidentes y naturalizan estas conductas hacia la sociedad. Una posible solución a esta problemática podría venir de la mano de la ampliación de la Ley N° 27.499 (más conocida como “Ley Micaela”) a los medios de comunicación.