

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

SEMIÓTICA DE REDES

Cátedra: Mario Carlón

GRUPO 3

PROYECTO PRESERVATIVO PARA VULVAS

(PPV)

2022



COMISIÓN: 22 (Movimientos Sociales).

DOCENTE: Manso, Noelia.

INTEGRANTES: Amarilla, María Eugenia. Barrera Eguíluz, Mónica.
Bengoechea, Ana Paula. Giménez, Liliana. Ruíz, Alexander.



Presentación

En este trabajo abordaremos la circulación del **Proyecto Preservativo Para Vulvas**, ya que aborda un tema muy importante, pero ciertamente poco indagado dentro de las cuestiones relativas a la perspectiva de género, que es la necesidad de desarrollar un preservativo para vulvas que ayude a garantizar el derecho a la salud sexual de todas las personas sin distinción de sus prácticas e identidades sexuales y de género. Este proyecto encarado por el colectivo surge de la interesante vinculación entre el PPV, el CONICET, Ministerio de Géneros y Diversidad y la colaboración del Instituto de Investigaciones en Ciencia y Tecnología de Materiales (INTEMA, CONICET-UNMDP), Centro de Estudios Sociales y Políticos (CESP). Nosotros nos ocuparemos de ver cómo se desarrolla la circulación del discurso dentro de la sociedad hipermediatizada en la que nos encontramos en esta era contemporánea, tal como lo plantea Carlon. Es por esto que vamos a visualizar la repercusión y cómo llamó la atención de los distintos medios digitales y masivos.

El Proyecto Preservativo para Vulvas como organización surge en el año 2019, de la necesidad de preservativos, por un lado, y de información en los consultorios médicos. Se forma a partir de una necesidad urgente y colectiva: la implementación de nuevas políticas públicas de salud sexual. El colectivo se consolidó a partir de la difusión en redes sociales organizado de manera autoconvocada, independiente, horizontal y apartidaria. En este momento, tenían como referencia a la Campaña Nacional por el

Aborto Legal, Seguro y Gratuito, debido a que el proyecto reclama una política pública de manera transversal y apartidaria.

Por eso el Proyecto Preservativo Para Vulvas trabaja en cuatro ejes: diseñar y promover la distribución gratuita de preservativos para vulvas; exigir la distribución gratuita de otros métodos profilácticos como los campos profilácticos, los dedales y los preservativos vaginales; la elaboración e implementación de protocolos de salud sexual, donde se garanticen consultas informadas y respetuosas hacia todas las sexualidades e identidades, y fomentar la investigación sobre transmisión de infecciones y prevención en la diversidad de prácticas sexuales así como su divulgación en el ámbito de salud y en la Ley de Educación Sexual Integral.

CONDICIONES DE PRODUCCIÓN

El periodo de análisis de este trabajo incorpora discursos publicados entre febrero y octubre de 2022. Sin embargo, es necesario considerar y tomar con especial importancia las condiciones de producción del discurso de origen, en el sentido en el que las explica Verón (1987), considera al discurso de origen como parte de la semiosis, que no puede ser entendida ni analizada sin considerar las condiciones de producción que la generan, “ningún discurso puede reclamar inmanencia” (p. 127). En este caso, tanto por su importancia en el logro de los objetivos propuestos en la organización, como un recurso imprescindible para entender el desarrollo discursivo que analizamos. Sobre todo entendiendo que la alianza entre el colectivo y las instituciones del estado surgen previo a nuestro corpus de análisis.

El primer post del PPV en Instagram fue en marzo de 2019, allí mencionan la importancia de luchar por un preservativo para vulvas que “garantice la salud sexual para todes”⁴. Este post es retomado por Clarín⁵ en octubre de ese mismo año explicando la importancia de la inclusión de la diversidad en las prácticas sexuales protegidas de las ITS. De allí en adelante, siguió una difusión en otros medios digitales y redes sociales del colectivo.

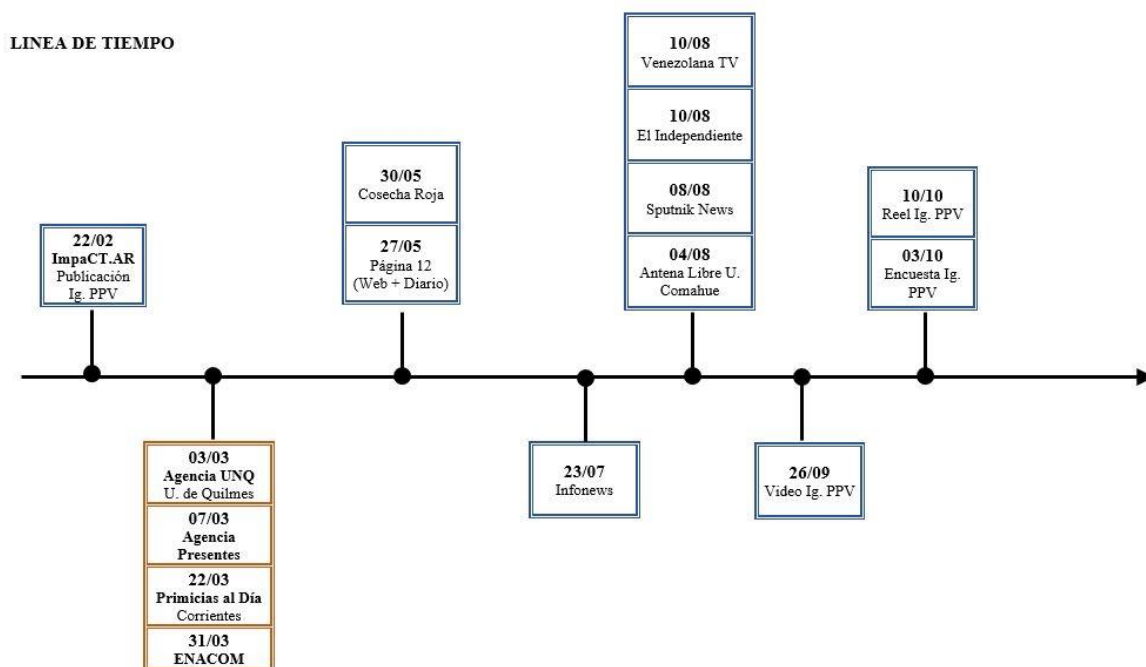
En el año 2021 se comunica el proyecto en la página del Conicet de Mar del plata⁶; “Un grupo de investigadoras marplatenses consiguieron un subsidio a través de impact.ar ciencia y tecnología para desarrollar métodos profilácticos específicos y seguros para la prevención de infecciones de transmisión sexual (ITS) en prácticas sexuales de

frotamiento genital entre vulvas” donde explican la importancia de la articulación del colectivo PPV junto a las instituciones ganadoras del concurso : “El proyecto es un encuentro entre los aportes en materia de desarrollo de materiales poliméricos innovadores de las especialistas del Instituto de Investigaciones en Ciencia y Tecnología de Materiales (INTEMA, CONICET-UNMDP), los conocimientos y la experiencia de investigadoras y becarias del Centro de Estudios Sociales y Políticos (CESP)”

Es importante retomar estos momentos previos al periodo estudiado para dimensionar la gran labor y la articulación del colectivo con instituciones mediáticas, del estado y con otros colectivos. De esta manera además, será más enriquecedora la lectura de este trabajo y se podrá comprender los avances y las diferentes etapas de la circulación analizada con mayor claridad.

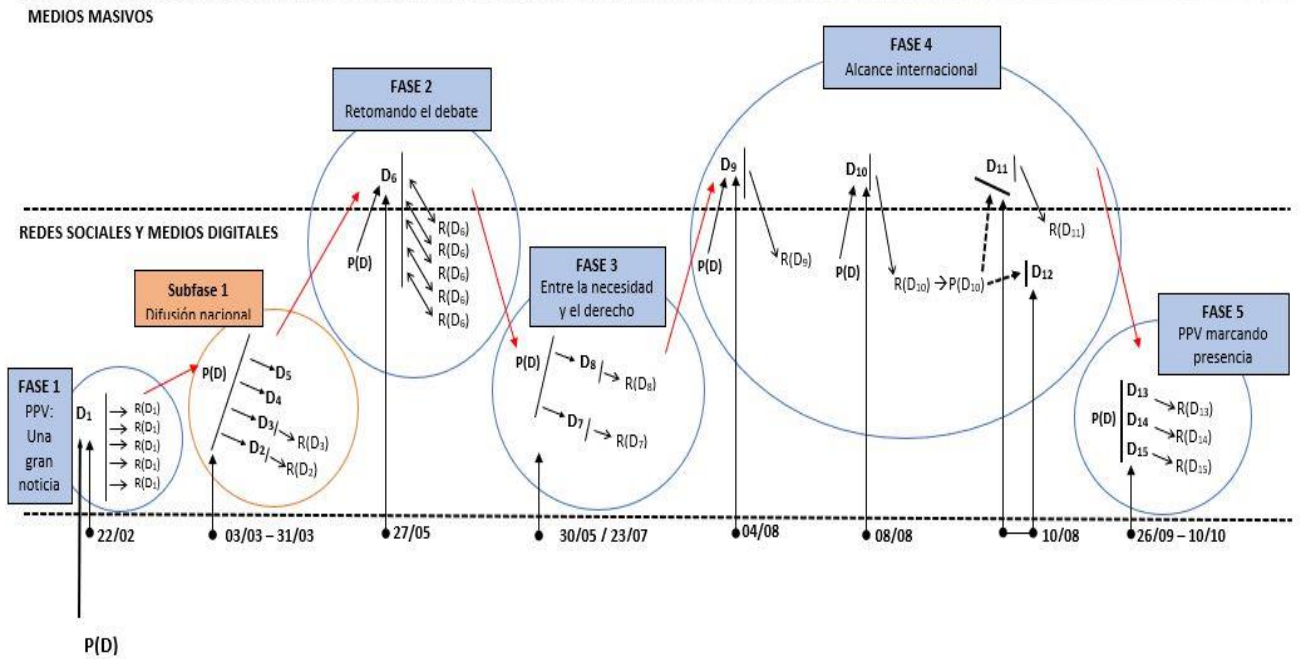
Nivel de observación diacrónico: En este nivel visualizamos lo siguiente.

Línea de tiempo:



A continuación desarrollamos el gráfico:

(F1) (D1) ImpaCT.AR PPV
 (SUBF1) (D2) Agencia UNQ (U. de Quilmes) / (D3) Agencia Presentes / (D4) Primicias al Día / (D5) ENACOM
 (F2) (D6) Pág./12
 (F3) (D7) Cosecha Roja / (D8) Infonews
 (F4) (D9) Antena Libre (U. de Comahue) / (D10) Sputnik News / (D11) El Independiente (El Salvador) / (D12) Venezolana de TV (Venezuela)
 (F5) (D13) Publicación Instagram de PPV (taller en el Primer Encuentro Bi+) / (D14) Encuesta en Instagram de PPV / (D15) Reel Instagram de PPV (video en el 35° Encuentro Plurinacional)



Los elementos significativos de la circulación son: D1 - Es nuestro discurso de origen. En el Instagram de PPV (Proyecto preservativas para vulvas), se posteó el resultado de los ganadores del concurso del CONICET, a través del programa ImpaCT.AR. Allí el colectivo comunica que resultaron ganadores del concurso y nombra a todos los colectivos e instituciones que forman parte de este proyecto conjunto.

En la fase dos, se produce un salto hipermediático. La edición impresa de Página 12 retoma la importancia de describir, informar y usar un preservativo para vulvas. D6 - ¿Por qué no existe ningún preservativo comercial para el sexo entre personas con vulva? R (D6) Página 12.

En la fase tres, se produce este cambio de fase debido a que en el medio digital “Cosecha Roja”, publican la nota hecha a Paula Hernández. Cosecha Roja es un medio que se considera a fin a la temática de género, con una perspectiva respetuosa a los derechos humanos. D7 - Preservativos vaginales y para vulvas: que el poder esté de nuestro lado. R (D7) Cosecha Roja.

En la cuarta fase, se produce otro salto hipermediático ascendente a un medio masivo internacional, como es Sputnik News, medio digital regional que es retransmitido en países como Bolivia, y Uruguay. D11 - Argentina: buscar crear un nuevo e innovador preservativo.

R (D11) - Sputnik news.

En la última fase, como describe su título, PPV marca presencia, ya que ocurre un encuentro BI+ Argentina. D14 – Taller de encuentro Bi+ // R (D14) – Proyecto Preservativo para Vulvas

En sus orígenes, el proyecto, tiene una circulación transversal hacia afuera. Según Carlón (2016), se focalizan los cambios de escala de circulación “hacia afuera” de discursos producidos por individuos que pertenecen a instituciones, medios y colectivos a través de los medios que administran en las redes sociales mediáticas. En este caso, el Proyecto Preservativo para Vulvas como organización surge en el año 2019. El colectivo se consolidó a partir de la difusión en redes sociales, más específicamente en Instagram y luego más tarde vía Twitter. Esta inclinación a desarrollar e investigar el colectivo surge de la vinculación entre el colectivo y el CONICET.

La circulación transversal en este caso ocurre desde adentro, debido a la publicación de redes sociales sobre el Proyecto, y se dirige hacia arriba y hacia afuera, ya que el contenido es comentado en las redes sociales mediáticas y llega a los medios masivos, como por ejemplo en TN, Página 12, El Trece, etc.

Ahora, en el periodo que analizamos, representado en el gráfico, tomando de referencia a *Eliseo Verón, la mediatización (1995)*, es una circulación vertical horizontal. En este caso es ascendente, horizontal, descendente.

Esto se debe a que en la fase 1 como reflejamos, analizamos el posteo de Instagram en el perfil de PPV, el resultado de los ganadores del concurso del CONICET. A partir de este momento, surge de las redes, llega a los medios masivos, convirtiéndose una fase hipermediática ascendente, y desde ahí desciende nuevamente, ya que tanto medios digitales como las redes sociales, hicieron eco con comentarios y compartiendo distintas experiencias.

En este trabajo podemos visualizar que el análisis hecho en el gráfico, cuenta con cinco fases y una subfase. La primera fase titulada como “Una gran noticia”, surge de las redes sociales. A partir de la publicación del posteo de Instagram de PPV, sobre el ganador del concurso del CONICET, a través del programa ImpaCT.AR. Dentro de esta primera fase, identificamos una subfase que significa un ascenso en las redes sociales de

enunciador debido a un aumento en la escala de distribución. A partir de los informes de distintos medios digitales como en la Agencia de noticias de la Universidad de Quilmes, la página de Agencia presentes, la nota sobre el proyecto en la página web de Primicia al día y por último la página web ENACOM, crece el número de seguidores y obtiene una mayor difusión.

En la segunda fase, titulada como “Retomando el debate”, PPV asciende porque se da a conocer en medios de comunicación masiva como Página 12. Y desde los medios, descienden alcanzando una relevancia social en los medios digitales.

En cuanto a la tercera fase, tras la publicación en los medios digitales, PPV sigue informando y concientizando. Esta fase titulada “Entre la necesidad y el derecho”, justamente intenta expandir sus ideas en los distintos medios digitales como Cosecha Roja, FEIM e Infonews. Es por esto que en la cuarta fase, se genera un alcance internacional, asciende porque tiene una repercusión mayor y más fuerte, ya que medios internacionales como Sputnik News, El Independiente y Venezolana TV, hacen eco sobre este proyecto. Transmiten su planteamiento en países como Uruguay, Bolivia, Venezuela, etc.

Y por último, desciende nuevamente a la fase número cinco, donde PPV marca una nueva presencia en redes sociales, haciendo vivos de Instagram, generando charlas, proyectos, talleres, ideas y tomando en cuenta distintos comentarios de las distintas redes sociales.

En cuanto a la temporalidad en la primera fase, analizamos el posteo de PPV en Instagram, ganando el concurso de ImpaCT.AR, publicado el día 22 de febrero del año actual. Esto fue importante para avanzar en la garantía de los derechos sexuales con perspectiva de géneros y diversidades, y la concreción de los preservativos para vulvas. La subfase 1, transcurre desde el 03 de marzo, es decir desde la publicación de la Agencia de noticias de la Univ. De Quilmes hasta el día 31 de marzo, tras la publicación de la página web de ENACOM.

Tanto la publicación de agencia de noticias de la Universidad de Quilmes, como la Agencia

Presentes, Primicia al Día y ENACOM se basa en explicar de qué se trata el proyecto y por qué se necesita un “Preservativo para Vulvas”. El foco estuvo puesto en mantener el compromiso y acompañamiento de encuentros que permitan intercambiar perspectivas, entendiendo que es necesario fortalecer los espacios de representatividad, construyendo desde y junto a modelos disidentes e inclusivos.

En la segunda fase, visualizamos que el día 27 de mayo, se imprimió por en un medio masivo como Página 12, haciendo hincapié en porque todavía no existe ningún preservativo comercial para el sexo entre personas con vulva. En este informe, hay una mirada crítica con la industria farmacéutica y una exigencia hacia las políticas medicinales, ya que en pleno 2022 no hay ningún tipo de preservativo en relación con este proyecto.

La tercera fase se desarrolla desde el 30 de mayo, hasta el 23 de julio. Cosecha Roja, medio digital que le hizo una nota a Paula Hernández, se enfocó en describir y averiguar la situación del proyecto dentro del Congreso. Mabel Bianco, presidenta de FEIM, hace foco en el reclamo de mujeres para tener accesos a métodos que controlan ellas mismas. Mientras que Infonews se centra en la disputa que hay entre el derecho al goce y la salud sexual de las personas que tienen vulvas.

En cuanto a la cuarta fase, ocurre desde el 4 de agosto con la publicación de Antena Libre. En este informe, hay un diálogo con Melina Marasobich, integrante del proyecto. Cuatro días más tarde, se logra un alcance internacional, cuando los medios masivos como Sputnik News, El Independiente y Venezolana TV, hacen eco del proyecto y tienen un tinte informativo en sus impresiones y publicaciones. Esta fase culmina el 10 de agosto con la publicación de Venezolana TV. En esta última, Vera Álvarez, ingeniera que encabeza el proyecto, están esperando la llegada de los preservativos unisex llamados Wondaleaf, los cuales importaron para hacer un trabajo de ingeniería inversa, es decir, tomarán como muestra esto para pensar en un diseño propio.

Por último, la quinta fase se desarrolla desde el 15 de septiembre hasta el 10 de octubre, cuando el PPV en sus redes sociales empieza a hacer vivos de Instagram, subir historias, publicar reels, hacer encuestas y compartir recomendaciones. El énfasis está puesto en escuchar, orientar, ayudar y acompañar a aquellas personas que necesiten informarse, despejar dudas, y agrandar los encuentros para que todos puedan ser escuchados.

Esto se lleva a cabo porque tiene como fin recolectar información sobre el uso de métodos preservativos en diversas prácticas sexuales. La investigación tiene como propósito identificar, evaluar y desarrollar preservativos que sean específicos y eficientes para todas las prácticas sexuales, y particularmente para el contacto genital entre vulvas.

Por otra parte, el momento que se produce mayor cantidad de discursos de reconocimiento es en la fase cuatro, cuando se logra un alcance internacional. Es aquí

donde hubo mayor repercusión, aumentaron las interacciones, comentarios, publicaciones en las redes y distintos medios masivos como digitales.

El grupo de investigación está integrado por especialistas del Instituto de Investigaciones en Ciencia y Tecnología de Materiales (INTEMA, CONICET-UNMDP), investigadoras y becarias del Grupo de Estudios sobre Familia, Género y Subjetividades (GEFGS) y activistas de Proyecto Preservativo para Vulvas (PPV).

Según Vera Álvarez, ingeniera que encabeza el proyecto, apunta precisamente a la falta de campañas publicitarias y educativas para incentivar el uso de preservativos. Y este es otro aspecto que ellas tienen en cuenta en este proyecto para el momento de promocionar este método.

Nivel de observación de fases:

A continuación detallamos las distintas fases y sub fases que presenta nuestro caso, para ello analizamos cada uno de los discursos y cómo se fueron desarrollando durante el periodo de estudio.

FASE 1: “Una gran noticia”

Titulamos de esta forma, ya que el estudio comienza con una excelente noticia que PPV da a conocer dando inicio a nuestro análisis de circulación inscripto en esta sociedad hipermediatizada a la que hace referencia Carlon (2016). El discurso de origen (D1), es un post del PPV [@proyecto.preservativovulvas](#) en Instagram, donde comunican que resultaron ganadores de un concurso del CONICET, con el Ministerio de Mujeres, Géneros y Diversidad, dentro del programa ImpaCT.AR. Este proyecto propone desarrollar el primer preservativo para vulvas de Argentina.

Es clave destacar que este es un proyecto de construcción colectiva, por ello el PPV reconoce el trabajo conjunto con diferentes organizaciones sociales, y los Ministerios Nacionales de Salud, y Géneros y Diversidad, así como investigadores del Conicet. Trabajaron y nombraron también a investigadores en Ciencia y Tecnologías de Materiales (INTEMA, CONICET-UNMDP@divulgaintema @conicetmdp@unmdp_oficial) y el Grupo de Estudios sobre Familia, Género y Subjetividades (@grupogenerosunmdp, del Centro de Estudios Sociales y Políticos (CESP - FHUMDP @fhunmdp)

Este post tiene más de 2700 “likes” y más de 100 comentarios. La cuenta del PPV en Instagram tiene más de 32 mil seguidores y la de Twitter 705, siendo la primera la más utilizada y con mayor producción de contenidos e interacción con los internautas.

Unos días después, el 24 de febrero publican en Twitter con su cuenta [@ProyPresVulvas](#), la noticia del proyecto ganador, con circulación del discurso en forma intrasistémica. Allí vemos como el PPV además retweetea post del @msalación, con el mensaje “Todas tenemos derecho a una salud libre de discriminación”. Mientras que hace lo mismo con el tweet del colectivo Futuro Feminista **R1** [@futufeminista](#) quienes con una imagen frente al congreso comparten el pedido “Preservativos para vulvas ya”. Entre otras condiciones de reconocimiento del post del PPV, donde usuarios, en ocasión del día internacional de la mujer compartieron y difundieron la importancia del reclamo del colectivo, utilizaron el #preservativosvulva y preservativo para vulvas ya como mensaje principal

SUBFASE 1: “Difusión nacional”

A partir de la publicación del PPV, se produce una circulación horizontal intrasistémica en medios digitales y redes sociales, conformando la subfase 1 porque vemos que se produce una expansión en el alcance de los discursos a partir de lo que comunican los siguientes colectivos e instituciones.

La cuenta de la Universidad de Quilmes [@UNQoficial](#) (**D2**), difunde una nota de la Agencia de Noticias Científicas de esa universidad. La @Agencia__UNQ es un medio digital nuevo con 1300 seguidores, sin embargo, la cuenta de la Universidad con 16 mil seguidores produce mayor circulación, difundiendo tanto a la nueva agencia de noticias como al proyecto del PPV.

Como condición de reconocimiento de la Agencia de Noticias Científicas, **R2**, el usuario [@lumazzinipuga](#) el 21 de marzo twitteo: “El preservativo para Vulvas responde a una demanda histórica del movimiento LGTBIQ+ y responde a una necesidad que tiene que ver con el intercambio de fluidos y las ETS 🏳️‍🌈👏👏👏
[@ProyPresVulvas](#) [@VeraAlejandraA2](#) [@Conicetmdp](#)”

La [Agencia Presentes](#) (2022) (**D3**), es un medio digital argentino, pero con alcance regional. El 7 de marzo se hace eco de la noticia del proyecto ganador, en una nota que vincula esta noticia junto a la experiencia de otros referentes de Honduras y México. Por primera vez el proyecto es difundido al exterior, a solo un mes de la publicación del

PPV. Que tengan lugar en este medio es importante porque ellos afirman que buscan “poner en agenda temas de impronta social que están poco representados en los medios tradicionales. Lo hacemos desde una perspectiva de derechos humanos, con calidad periodística y formatos innovadores”. Entonces la visibilidad en este medio le da mayor proyección dentro de todos los colectivos a los que se dirige este medio de comunicación.

El 22 de marzo el medio digital [Primicias al día](#) (2022) (D4), de la provincia de Corrientes, realiza una publicación donde hace referencia a la reunión de la Liga LGTBIQ+, quienes anuncian un plan de varios foros en diferentes provincias para reclamar una ley nacional de preservativo para vulvas. Se puede ver como la articulación se da también entre otros colectivos para un alcance más federal del reclamo del PPV.

Finalmente, dentro de esta subfase citamos a la publicación de la institución [ENACOM](#) (D5) del 31 de marzo, que realizó una jornada de inclusión digital con perspectiva de género que contó con la participación del colectivo PPV.

FASE 2: “Retomando el debate”

Se produce un salto hipermediático. Vemos un movimiento direccional ascendente, donde hay un cambio en la escala de la mediatización de un medio digital a uno masivo. La edición digital e impresa de [Pagina 12](#) (D6) del 27 de mayo, se pregunta “¿Por qué todavía no existe ningún preservativo comercial para el sexo entre personas con vulva?” y se vuelve a preguntar si es por “invisibilización o disciplinamiento”. La intención de este medio es enmarcar la pregunta y el reclamo en la invisibilización de las diversas prácticas sexuales tanto en la sociedad como en la política y el mercado. Esta publicación es la primera llegada del PPV a un medio masivo, este hecho, tal como se va a visualizar en el transcurso de este estudio va a generar un mayor alcance en la circulación del discurso inicial, con comentarios en redes Twitter

FASE 3: “Entre la necesidad y el derecho”

Se puede observar un cambio de escala en sentido descendente, porque se produce un salto intersistémico, de los medios masivos a los medios digitales, a continuación detallamos las publicaciones de estos medios que son de gran riqueza porque son

medios que tratan el tema con gran detalle, retomando los discursos del PPV, de *Página 12* y también aportando nuevos elementos a este gran debate que se va produciendo a lo largo de toda la circulación que estudiamos.

[Cosecha Roja \(D7\)](#) el 30 de mayo publica una nota sobre el Proyecto Preservativo Para Vulvas. Es importante mencionar que este medio, retoma la pregunta de *Página 12* respecto a cómo esta necesidad de que las diversidades tengan las mismas posibilidades de vivir su sexualidad y el goce con cuidados mínimos para su salud, es invisibilizada tanto por las políticas como la sociedad y el mercado, que no dispone de ningún preservativo para vulvas, a diferencia de otros países que sí los comercializan. Destacamos que *Cosecha Roja* es un medio que se considera a fin a la temática de género y con una perspectiva respetuosa a los derechos humanos.

Como condición de reconocimiento **R7** encontramos a la [Fundación para Estudio e Investigación de la Mujer \(FEIM\)](#), que es una organización sin fines de lucro que busca “mejorar la condición social, laboral, educacional, legal, política, económica y de salud de mujeres, niñas, adolescentes y jóvenes”. FEIM, en su artículo va a poner en discusión un eje central que subyace todo este pedido, que es el poder, “Que el poder esté de nuestro lado” va a titular la nota que en su desarrollo realiza un fuerte pedido a quienes llevan adelante las políticas públicas: que las personas que realizan prácticas sexuales diversas también puedan tener acceso a la salud sexual que reciben el resto de las personas con prácticas enmarcadas en esta sociedad heteronormativa.

[INFONEWS \(D8\)](#) es un medio digital importante que también publica una interesante nota periodística, el 23 de julio, donde explican el trabajo interdisciplinario encabezado por el PPV quienes buscan “desarrollar un nuevo método que revolucionará el derecho al goce y la salud sexual integral. Con una mirada transfeminista, está integrado y apoyado por lesbianas, mujeres, bisexuales, masculinidades trans y personas no binarias”.

Consideramos que fue clave la publicación de un medio masivo para que esta discusión siguiera ampliando en estos medios digitales que más allá de retomar el debate, lo siguieron enriqueciendo con múltiples miradas.

FASE 4: Alcance Internacional

En la fase 4, “PPV en radios nacionales e internacionales” vemos como el sentido de circulación asciende a medios masivos tanto nacionales como internacionales.

Destacamos que la difusión también pasa por los medios digitales que comparten el material emitido en las radios.

[FM Antena Libre](#) (D9) el 4 de agosto difunde en su página web la nota que se reproduce en la radio 89.1 Mhz que es una radio pública de la Universidad de Neuquén. En este caso la universidad es también un medio que comunica, situación propia de esta era contemporánea. Como condiciones de reconocimiento se puede observar una publicación de la misma nota en su cuenta de **R**.

El 8 de agosto [Sputnik news](#) (D10) si bien es un medio digital regional, emite programa Zona Violeta, que es un podcast que es retransmitido en radios de Argentina: Radio del Plata, Am 740; Bolivia, Radio Illimani - Patria Nueva a través de 94.3 FM; Uruguay: M24 FM 97.9 de Montevideo.

Así tenemos el segundo salto hipermediático ascendente de este trabajo, donde vemos que la circulación en medios digitales asciende a medios masivos, en este caso de forma que el alcance es sin dudas mayor, ya que el mismo programa se difunde en radios importantes de tres países de la región.

Las siguientes publicaciones en medios digitales son condiciones de reconocimiento de la nota de Sputnik, puesto que retoman y publican citando a esa nota como fuente de información.

“[El independiente](#)” (D11) es un medio de El Salvador, que el 10 de agosto explica, detalla e informa el origen del proyecto tomando de referencia al programa ImpaCT.AR, del Ministerio de Ciencia y Tecnología, este medio retoma la publicación de Sputnik. **R11**

Este alcance internacional, también impactó en Venezuela, mediante el medio digital [VTV](#) (D12), donde el 10 de agosto comparten la nota de Sputnik news donde le hacen una nota a Vera Álvarez, ingeniera que encabeza el proyecto y describe cómo es el proceso y la llegada de los preservativos unisex llamados Wondaleaf. El medio es la página web de Venezolana de Televisión del medio estatal canal 8 de Venezuela ; sin embargo, no queda claro que esta información haya sido emitida al aire, sino que se publica como una nota en la web. Notamos que también tienen presencia en Twitter e Instagram muy activos que comparte todo el contenido de la web y la TV.

FASE 5: “[PPV marcando presencia](#)”_

Se produce un descenso de la circulación a las redes sociales, donde el colectivo PPV, realiza mayores interacciones luego de un tiempo de disminución de post en sus redes. Podemos verificar que estos últimos post muestran todo el trabajo que efectúan en

contacto más directo con los otros colectivos y también utilizan el vivo como forma de contacto, no tan explorada hasta este momento, tanto las historias como los vivos son recursos utilizados con mayor asiduidad en esta fase.

El día 26 de septiembre, desde [@proyecto.preservativovulvas](#) (D13) se postea un video del día que PPV realizó un taller durante el Primer Encuentro Bi+ en Argentina.

El 3 de octubre el colectivo PPV comparte un post invitando a completar una encuesta, a la que se están enfocando en este momento para avanzar con el proyecto: [@proyecto.preservativovulvas](#) (D14), y explican que el objetivo es recolectar información para “identificar, evaluar y desarrollar preservativos que sean específicos y eficientes para todas las prácticas sexuales, y particularmente para el contacto genital entre vulvas”

Finalmente, el 10 de octubre, desde [@proyectopreservativo.vulvas](#) se hace un vivo (D15) donde se observa parte de su participación en el 35 “ENCUENTRO PLURINACIONAL DE MUJERES, LESBIANAS, TRANS, TRAVESTIS, BISEXUALES Y NO BINARIES”, 📍San Luis, territorio Huarpe, Comechingón y Ranquel.#preservativoparavulvasya #35encuentroplurinacional con más de 1000 likes y 15 mil visualizaciones, tuvo mucha repercusión y condiciones de reconocimiento positivas.

En esta fase notamos como el colectivo emplea Instagram para además de producir mayor circulación de su discurso, reflejar un trabajo de campo importante, en donde las redes, los encuentros y las interacciones cobran particular relevancia para el éxito del proyecto que se encuentran implementando.

Nivel de observación Micro

PRIMERA FASE: PPV: Una gran noticia:

En la primera fase analizamos al colectivo mediático PPV, consideramos que el colectivo construye a un tipo de enunciatario pedagógico que explica con diferentes recursos en qué consiste el proyecto, la importancia de contar con un preservativo para vulvas e incluso explicar los diferentes tipos de profilácticos . En palabras de Veron el enunciado se construye entre un “nos” por ejemplo en el título de la imagen nos hace partícipe de la información de la gran noticia. El colectivo se manifiesta a favor de la

inclusión y el reclamo es a favor de las diversidades sexuales y de género, en este sentido emplean un lenguaje inclusivo que refleje esa posición.

SEGUNDA FASE: “Retomando el debate” el colectivo del PPV asciende en la escala de mediatización porque se da a conocer en los medios masivos de comunicación. Su estatuto de enunciador comienza a aumentar, al ser una referencia importante cuando se habla de preservativos para vulvas en el marco de la lucha de los derechos a la salud sexual para todes, ya que es el colectivo PPV quien encabeza este reclamo que de a poco va resonando en otros lugares más allá de las redes sociales.

Según Carlon (2019) El enunciador pedagógico, se posiciona como la figura poseedora de un saber, complementariamente con el destinatario, quien no posee ese saber. Hay un convencimiento hacia el destinatario. Es en este lugar que se posiciona el colectivo como enunciador en esta etapa.

TERCERA FASE: “Entre la necesidad y el derecho”

En esta fase vemos que los discursos del colectivo PPV son retomados y difundidos en medios digitales como Cosecha Roja e Infonews. En esta instancia, el estatuto del enunciador ha adquirido mayor relevancia debido a la difusión previa en medios masivos, a grandes rasgos mantiene su lineamiento pedagógico, conservando esa desigualdad donde los enunciadores informan, proponen, son las partes que saben. Sin embargo, podemos ver que buscan mayor cercanía en algunos casos, esos medios digitales con el titular que el poder esté *de nuestro lado*, marca a un enunciador cómplice. Además, en el subtítulo figura una pregunta formulado en un nosotros que incluye al lector: *¿Cómo nos protegemos las personas con vulva de las Infecciones de Transmisión Sexual en prácticas como sexo oral, dedeo o frotamiento?*

CUARTA FASE: Alcance Internacional

Esta fase ascendente en el discurso no solo llega a medios masivos, sino que lo hace de forma regional e internacional, logrando algo propio de esta etapa contemporánea en la que nos encontramos, que es una comunicación en varios medios en diferentes plataformas digitales y de medios masivos en simultáneo. Por ejemplo, el medio Sputniks News, un enunciador profesional en los términos de Carlon (2020), publica un podcast en su página web, que a su vez es difundido en varias radios de diferentes países. A esta altura, el PPV ya es un enunciador con autoridad en el tema, que marca

una referencia ineludible en los temas de género, diversidad y salud sexual, siendo en Argentina pionero en el reclamo y de esta forma es considerado en esas publicaciones.

QUINTA FASE: El PPV marcando presencia

En esta última fase el colectivo PPV muestra un claro ejemplo de cómo se desarrollan los nuevos enunciadores de la sociedad hipermediática, utilizando recursos como los videos y los reels, generando mayor cantidad de visualizaciones y presencia en redes sociales. Entendemos este recurso en el marco de un colectivo que se interesa tanto en lograr respuestas de las autoridades para implementar políticas que favorezcan las diversidades, así como en obtener adhesión de la sociedad.

El PPV desde su inicio hasta la actualidad y en las distintas fases de la circulación del caso, se ha desempeñado en dos sentidos, por un lado con el proyecto ganador del concurso Impactar tomando acciones para impulsar el preservativo para vulvas y por otro lado ha trabajado en conjunto con otros colectivos en la lucha por los derechos sexuales de todas las personas, en particular de las diversidades que no cuentan con los mismos recursos de cuidado para prevenir las ITS.

Nivel espacial

Para el desarrollo de este trabajo, se entiende como análisis espacial al estudio de una circulación hipermediática que toma “momentos” relevantes que ofrecen una nueva visión sobre el discurso central elegido (Carlón, 2020): así como se parte del supuesto que todos los enunciadores que se presentan a continuación tienen como condiciones de producción el primer discurso del corpus relacionado con la publicación de PPV en *Instagram*. Definimos como momento clave dentro de la circulación del corpus de estudio del Proyecto Preservativo para Vulvas la publicación presentada por *Página/12*, tanto en su edición digital como impresa, con fecha del 27 de mayo de 2022. Debido a su importancia por ser la primera exposición de carácter masivo desde el inicio del proyecto. Como se sabe, el Proyecto Preservativo para Vulvas se anunció en el año 2021 como ganador del programa IMPACTAR del Ministerio de Ciencia y Tecnología, con el cual trabajan en conjunto con el CONICET, la Cooperativa de Diseño y la FADU.

ENUNCIADORES

Se presentan a continuación la clasificación de los enunciadores según sean:

- **Medios:**
 - **Medios masivos (MM):** Antena Libre Web y Radio (Universidad de Neuquén), Primicia al Día (Corrientes).
 - **Medios digitales (MD):** Infonews, Cosecha Roja, El Independiente (El Salvador).
 - **Medios masivos digitales (MMD):** Sputnik News, Venezolana Televisión (VTV), Agencia Presentes.
 - **Medios colectivos (MC):** Posteo IG. @proypresvulvas, @RAJAPorg, @idigital_ok

- **Colectivos:**
 - **Colectivos mediáticos (CM):** Colectivo Futuro Feminista
 - **Colectivo Social:** @cienporcientodd
- **Individuos:** @segunjesi
 - **Instituciones (I):** FEIM, ENACOM, Agencias de Noticias Científicas (Universidad de Quilmes).

ETAPAS DE OBSERVACIÓN

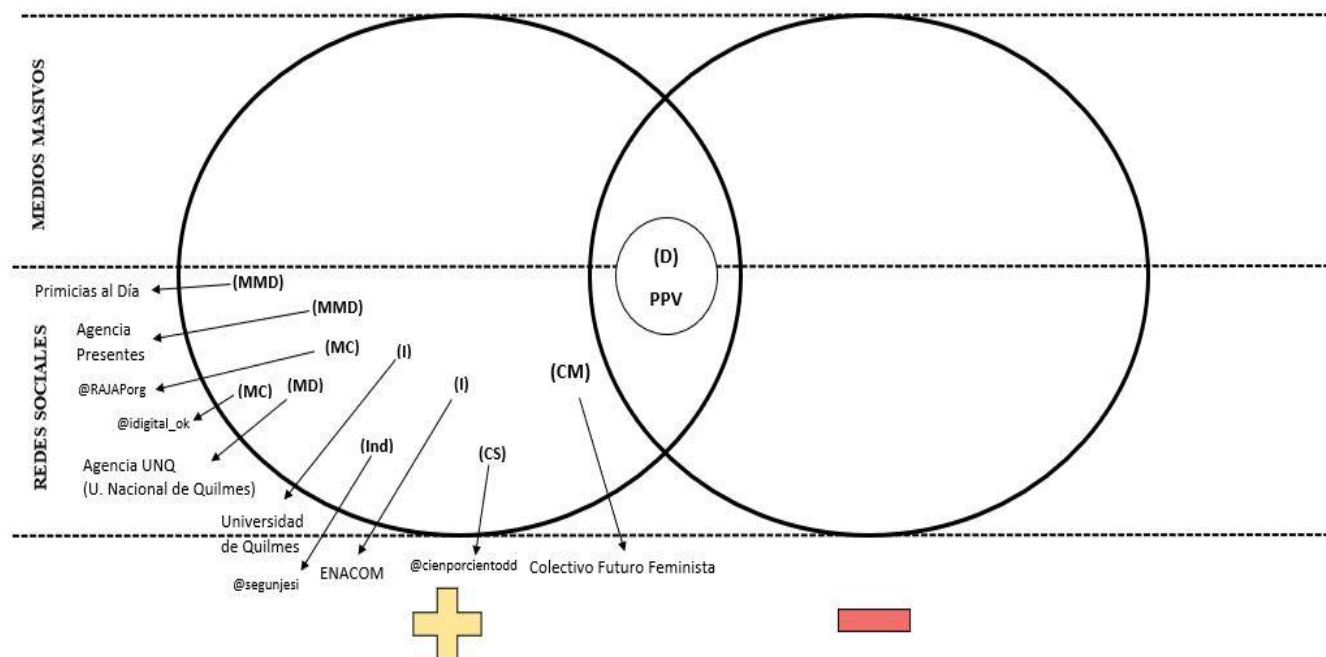
Primera etapa

Antes de *Página/12* - Inicio de una circulación local

A continuación presentamos el primer gráfico:

GRÁFICO DE DIMENSIÓN ESPACIAL

Antes de la publicación de
Página/12



Tomando como punto de referencia la publicación de *Página/12*, se observa que en todo lo anterior a este momento existe una valoración positiva que se refleja en los discursos con respecto al proyecto. Empleando las palabras de Carlón es una circulación hacia afuera, producidos por individuos, que pertenecen a un colectivo, a través de los medios que administran en las redes sociales mediáticas. (Carlón, 2020).

El primer gráfico muestra la diversidad de discursos repartidos entre los campos de Redes Sociales y Medios Masivos. En la parte de Redes Sociales destacan: el Colectivo Futuro Feminista, clasificado como parte de Colectivo Mediáticos (CM) cuya publicaciones generaron *likes* por parte de los usuarios, así como se toma a @cienporcientodd como Colectivo Social (CS). Así como también tenemos a la Agencia UNQ, de la Universidad Nacional de Quilmes, como Institución (I) por la publicación de un *tweet* de miscelánea informativa con el tema del proyecto dentro de ese grupo, *tweet* que no generó reacciones.

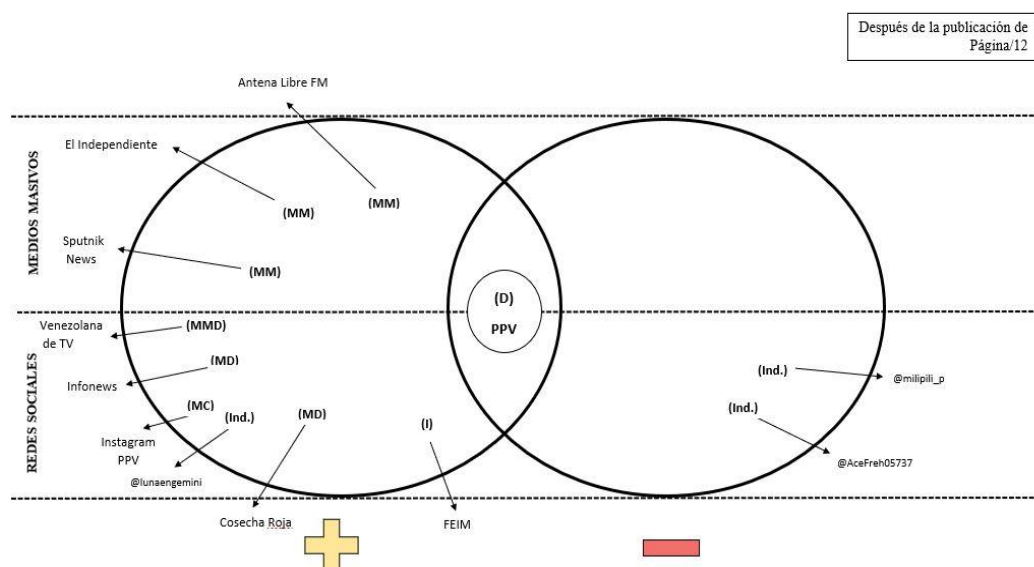
Por el lado de las Redes Sociales también encontramos mayor cantidad de enunciadores como, Enacom siendo reconocido como una Institución (I) con una publicación de

carácter formal en su propia página web, luego tenemos a la Agencia Presentes como Medio Masivo Digital (MMD) por ser una organización con base nacional y regional, Primicias al día se clasifica como Medio Masivo (MM) por ser un medio informativo de la Provincia de Corrientes. Por el lado de los Medios Colectivos, resaltan @RAJAPorg y a @idigital_ok por ser organizaciones de gran alcance, no solo nacional, con publicaciones a favor del colectivo. Para el caso de Individuos (Ind.) @segunjesi publica una respuesta positiva para el proyecto. Y por último, tenemos nuevamente a la Agencia UNQ como Institución (I) debido a ser la publicación original del que parte en *tweet* mencionado al inicio, pero esta vez en su página web. Además, se observa la notoriedad que va tomando el proyecto al pasar a ser retomado de colectivos organizados con presencia mayormente virtual a instituciones públicas y gubernamentales.

Segunda Etapa

Después de *Página/12* - De lo local al traspaso de barreras “territoriales”

A continuación presentamos el segundo gráfico:



Luego de *Página/12*, se presenta una mayor diferencia de circulación entre los campos de las Redes Sociales y Medios Masivos, pero que de la misma forma que el Gráfico 1, las posiciones a favor del proyecto se dan en todos los discursos.

Por el lado de los Medios Masivos existe un aumento de discursos, tanto por su número como por la trascendencia que conlleva. Así tenemos, la publicación de una entrevista sobre el proyecto en la página web de Antena Libre como Medio masivo (MM), de la Universidad Nacional de Comahue de Neuquén, siendo ya que también es una radio pública y universitaria con mayor llegada de audiencia, una nota en la página web de Cosecha Roja que se coloca en Medio digital (MD): la cual será tomado días después como un posteo por FEIM, como Institución (I). También aparece @lunaengemini como ejemplificación de Individuos (Ind.).

Hasta este punto, todos los enunciadores antes descritos pertenecen al ámbito local, pero además en esta circulación empieza a recorrer por discursos originados fuera del “territorio nacional” (para hablar de discursos nacidos en el exterior, pero de manera virtual), de esta forma, aparecen publicaciones de la *web* de Sputnik Mundo, el cual forma parte de Medios Masivos (MM) por ser producido en distintos países de Latinoamérica y contar con esta noticia en formato *podcast* y subida a plataformas de *iTunes*, y que sirve de fuente para la nota publicada en la página web del periódico semanal El Independiente (Medios digital (MD) de El Salvador y que para esta sección se lo ubica en Medios Masivos debido a la comercialización en formato diario quincenal de las notas publicadas en su página web. Y la publicación en página web de Venezolana de Televisión (Medio Masivo Digital) de la cadena pública de televisión de Venezuela.

Los enunciadores presentes en nuestro análisis siguieron manteniendo sus posturas con respecto al caso. Cabe destacar que luego de la publicación en el medio masivo *Página 12* tuvo más alcance, se da un salto de las redes sociales a los medios masivos logrando así que se sumen enunciadores del tipo internacional (Sputnik news, El independiente, Venezolana de Tv). En cuanto a las valoraciones negativas encontramos dos usuarios amateurs en donde a través de Twitter (@milipili_p) (@acefreh 05737372) se manifiestan en contra de la idea aunque no atacan de manera directa al colectivo @proypresvulvas.

Conclusiones

En un análisis del discurso inicial y el que produce el último cambio de fase, podemos decir que el trabajo articulado y conjunto de colectivos e instituciones sigue fortaleciéndose. Se ve que realizan un trabajo conjunto, que los reclamos siguen vigentes, que el colectivo PPV, continúa en diálogo con otros actores sociales. La afirmación “vamos a hacer historia” del último post es de un mensaje con mucha fuerza, convicción y que denota la importancia y vigencia de los temas que proponen, así como la fuerza que juntos adquieren en este camino.

Se observa que el PPV, ha logrado un incremento importante en cuanto a reconocimientos, e interacciones en redes sociales, notamos que en febrero de este año con su primer post tuvo menores interacciones a las que obtuvo con sus últimos reels y vivos de Instagram, que son utilizadas con gran acierto, ya que estos formatos tienen mayor circulación en redes. Vemos que siguen siendo más fuertes en Instagram, que la han sabido potenciar aunque siguen publicando en otras redes como Twitter y Facebook. Por otro lado, un aspecto importante de la circulación del discurso este año fue el alcance internacional que tuvo a través de la difusión en medios digitales y masivos de otros países de Latinoamérica. Este salto en la escala de la circulación se dio sobre todo a partir de la llegada a los medios masivos, en nuestro caso la nota de página 12.

Respecto a la enunciación se puede observar que en un principio, tenían un tipo más pedagógico, algo lejano, con cierta distancia de quienes hablan en un tono formal, mientras que con estos últimos reels y vivos donde se pueden ver como pares, mujeres reales y diversas que conectan cara a cara con otras personas y en lenguaje más cercano.

En cuanto a los discursos empleados en los medios masivos, realizaron una explicación de muchas cuestiones técnicas de los materiales del preservativo y las opciones disponibles para fabricar, reclamos a las instituciones y a la sociedad patriarcal. Por otro lado, en las redes sociales se acercan más a las personas utilizando un lenguaje que apela a cuestiones más emocionales para llegar a tener mayor adhesión y con técnicas persuasivas.

BIBLIOGRAFÍA

Carlón, Mario (2017). “La cultura mediática contemporánea: otro motor, otra combustión (Segunda apropiación de la teoría de la comunicación de Eliseo Verón: la dimensión espacial)” (en prensa). __ (2016). “Una apropiación contemporánea de la teoría de la comunicación de Eliseo Verón”, en *Comunicación, campo(s) teorías y problemas. Una perspectiva Internacional*; en Vizer Eduardo y Carlos Vidales (coordinadores). Salamanca: Comunicación Social Ediciones.

Carlón, Mario (2020 [2018]). “Medios individuales, medios colectivos, y circulación transversal: desde “adentro hacia afuera” y desde “afuera hacia adentro” (o cómo afecta la nueva circulación a las instituciones sociales). En *Circulação discursiva e transformação da sociedade*”, Actas del VIII Pentálogo de CISECO. Japaratinga, Brasil.

Verón, Eliseo (1987). “El sentido como producción discursiva”, en La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad. Buenos Aires: Gedisa

Links

UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES

<https://twitter.com/UNQoficial/status/1506722452344168449?t=0gagOkcJgpCljtXbNprxZg&s=08>

AGENCIAS PRESENTES

<https://agenciapresentes.org/2022/03/07/que-pasa-con-los-preservativos-para-vulvas-en-america-latina/>

FUTURO FEMINISTA

<https://twitter.com/futufeminista/status/1501358402491932677>

COOPERATIVA DE DISEÑO

<https://www.instagram.com/p/CbOIor1u3t9/>

UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES

<https://agencia.unq.edu.ar/?p=1930>

PRIMICIAS AL DIA

<https://primiciasaldia.com.ar/2022/03/22/la-liga-necesitamos-una-ley-nacional-de-preservativos-para-personas-con-vulva/>

ENACOM

https://www.enacom.gob.ar/institucional/participacion-en-jornada-sobre-la-inclusion-digital-con-perspectiva-de-genero_n3705

COSECHA ROJA

<https://www.cosecharoja.org/preservativos-vaginales-y-para-vulvas-que-el-poder-este-de-nuestro-lado>

FEIM

<http://feim.org.ar/2022/06/09/preservativos-vaginales-y-para-vulvas-que-el-poder-este-de-nuestro-lado/>

ENTREVISTA EN OTRO VIENTO

<https://otroviento.com.ar/preservativo-para-vulvas-un-derecho-al-cuidado-y-al-goce/>

INFONEWS

<https://infonews.com/preservativos-para-vulvas-goce-salud-sexual-proyecto.html>

PROYECTO PRESERVATIVO PARA VULVAS

<https://www.instagram.com/p/CgcPRfbO5uF/>

ANTENA LIBRE FM

<https://www.antena-libre.com.ar/2022/08/04/boconas-proyecto-preservativo-para-vulvas/>

SPUTNIK MUNDO

<https://sputniknews.lat/20220808/argentina-busca-crear-un-nuevo-e-innovador-preservativo-1129170975.html>

PAGINA 12

<https://www.pagina12.com.ar/423920-por-que-todavia-no-existe-ningun-preservativo-comercial-para>

COSECHA ROJA

<https://www.cosecharoja.org/preservativos-vaginales-y-para-vulvas-que-el-poder-este-de-nuestro-lado/>

FM ANTENA LIBRE

<https://www.antena-libre.com.ar/2022/08/04/boconas-proyecto-preservativo-para-vulvas>