

Lo que *debe* cubrirse: el desnudo femenino con fines de protesta en el espacio público peruano

sis

En el primer semestre del presente año, se anunció que, en el Perú, se han reportado 68 casos de feminicidio, según la ministra de la Mujer, Silvia Loli. Las cifras con respecto al feminicidio vendrían en ascenso desde años anteriores, lo cual resulta preocupante para la ministra (La República, 2021) y para la sociedad peruana. Teniendo en cuenta este incremento, manifestaciones sociales como las marchas organizadas por el Día de la Mujer o por el Día Internacional de la Eliminación de la violencia contra la mujer realizadas por los grupos feministas, en su mayoría, han generado mayores respuestas positivas. Sin embargo, resulta complicado encontrar los mismos sentimientos ante la presencia de los cuerpos semidesnudos que acompañan dichas manifestaciones pacíficas.

El toples, del inglés *topless*, es la práctica que consiste en “el desnudo femenino de cintura para arriba” (RAE, 2020). Esta ha sido adoptada, tanto individual como colectivamente, para manifestar el sentido de protesta durante las marchas feministas realizadas. La mencionada práctica ha sido motivo de debate, puesto que se cuestiona si realmente es una manera adecuada de manifestarse en el espacio público peruano. Las reacciones que obtiene el desnudo femenino en medio de una protesta, además de las de índole sexual, cuestionan la capacidad estratégica de esta praxis y si su realización realmente cumplirá con el objetivo del mensaje feminista.

En el presente escrito se expondrán dos argumentos contrapuestos en torno a la práctica mencionada en el párrafo anterior. Por un lado, se postula una posición en contra a la que va dirigido este trabajo argumentativo. Por otro lado, se presentarán dos argumentos a favor del desnudo femenino con fines de protesta. El primero de estos refutará directamente al argumento opositor, mientras que el segundo brindará mayor sustento a la postura plantada.

Considerando lo anterior, el propósito de este ensayo es tratar una discusión social que desafía la tradición y lo que es la libertad de expresión en el espacio público. Así como la disposición que demostramos como sociedad a las nuevas estrategias y significaciones del cuerpo y lo que éstas puedan representar para las próximas generaciones. Es una muestra de lo mucho que nos falta por reconocer y asumir interna y externamente sobre nosotros mismos y la sociedad en la que vivimos

Una postura que manifiesta su rechazo por las mujeres que marchan en toples es que el cuerpo femenino, en el espacio público peruano, está fuertemente sexualizado y condenado por grupos de

Lo que *debe* cubrirse: el desnudo femenino con fines de protesta en el espacio público peruano

sis

ideologías de poder como el machismo y la Iglesia. Para empezar, el machismo correspondería a la ideología del dominio masculino que “legitima la precedencia de los varones sobre las mujeres” (Fuller, 1997: 08). Esta ideología predomina en la sociedad peruana, puesto que existe una normalización de la desigualdad entre hombre y mujer, en la que el primero da por supuesto que el propósito de la mujer es halagarle (Berger en Vite, 2017: 77).

En este sentido, Foucault plantea que, en sociedades donde prima una evidente primacía de género, existe un “dispositivo de sexualización” en el que las féminas tienen un sentido de “objeto erotizante” cuando el hombre lo disponga (Citado en Vélez-Bautista y otros, 2018: 05). Teniendo en cuenta que el espacio público, para la mujer, sigue siendo un lugar donde se le observa y vigila con el fin de criticarla y ejercer poder sobre ella (Sabane Plous en Vite, 2017: 75), el que una mujer exponga sus senos durante una marcha, no generaría reacciones de apoyo, sino de carácter sexual. En consecuencia, el objetivo del desnudo femenino no llegaría a oídos del varón, sino que se tergiversaría y podría incitar a una violencia “justificada” contra la mujer.

Por otro lado, el hecho de que la mujer tenga aptitudes reproductivas la ha asociado con representaciones divinas como la Virgen María (Snyder, 2019:31). En el Perú, el 76,0 % de la nación practica el catolicismo como religión (INEI, 2017: 58), por lo que, imaginar a la fémica invirtiendo o tratando de alterar la encarnación de la Virgen María, la cual ha representado la pureza de su virginidad (Snyder, 2019: 34), resultaría muy criticado y estigmatizado. Esto debido a que la religión ha ejercido poder sobre el cuerpo femenino relacionándolo con el pecado (Mannarelli en Snyder, 2019:33), lo que generaría indignación y rechazo por parte de la sociedad peruana, o la mayoría de ésta.

Estos alegatos no hacen más que revictimizar a las mujeres y tratar de ejercer control sobre ellas, en un intento desesperado, para que no actúen contra el sistema patriarcal en el que se vive. Es por esta razón por la que los argumentos mencionados anteriormente son refutables, ya que el desnudo femenino con fines de protesta es una manera de reapropiarse del cuerpo de la fémica y de otorgarle un nuevo significado en el espacio público peruano.

Lo que *debe* cubrirse: el desnudo femenino con fines de protesta en el espacio público peruano

sis

Como se ha aludido en líneas previas, la presencia masculina en el espacio público ha sido siempre bien recibida, mientras que, para la mujer este es un lugar del cual se le restringe total o parcialmente (Vargas, 1985: 125). El patriarcado ha establecido ciertas normas para ejercer control sobre las mujeres por las que éstas se han visto obligadas a delimitar sus actitudes y acciones, principal y precisamente, en el espacio público (Moreno, 2017: 66). Teniendo en cuenta lo anterior, el propósito de marchar con los senos descubiertos es reapropiar el cuerpo de la mujer a su única portadora: ella misma.

Es preciso destacar el contexto en el que se da esta situación, el cual es una protesta feminista, puesto que “el cuerpo es la herramienta por excelencia de la protesta y fácilmente deviene símbolo o texto con significado político” (Sutton en Enquix, 2012: 886). De igual manera, el cuerpo no sólo simboliza la protesta, sino que es la protesta en sí misma y por ello requiere de visibilidad y de un contexto (Enquix, 2012: 886). En este caso, el desnudo femenino, por decisión autónoma de la mujer representa un símbolo de lucha y liberación (Citado en Vite, 2017: 75) frente a la histórica opresión masculina. De esta manera, el cuerpo femenino deja de responder ante los mandatos de la sociedad machista y la mujer vuelve a ser la única que decide qué mostrar, cómo mostrarse y cuándo mostrarse en el espacio público.

Por otro lado, en cuanto a la resignificación del cuerpo de la fémica, es importante mencionar que las mujeres nunca han intervenido en las políticas religiosas, sino que han sido apartadas y únicamente dependientes de la mayoría de las disposiciones eclesiales. Es así como la dominación patriarcal y dicha subordinación femenina son ejes de las prácticas religiosas dominantes (Overall en Barahona, 2011: 693). En respuesta a lo anterior, según Elina Vuola, “la reinterpretación y reapropiación de las prácticas y teorías religiosas” para motivos específicos, ha sido una de las maneras más significativas de resistencia femenina (2006: 18). Entonces, el nuevo significado otorgado al cuerpo de la mujer es uno que no se reduce a su capacidad de reproducción, sino con miras a su autonomía y al control de su cuerpo en un ambiente público donde lo primordial es que sea visible ante los demás en lugar de reservado en el hogar.

Como segundo argumento se plantea que el desnudo femenino con fines de protesta es una manera adecuada de protestar, puesto que visibiliza la existencia de una objetivación permitida y

Lo que *debe* cubrirse: el desnudo femenino con fines de protesta en el espacio público peruano

sis

aceptada de la mujer a través de los medios publicitarios y comunicativos peruanos. En la publicidad, el cuerpo de la mujer es “un objeto vendible”, por lo que no es extraño que a partir de ciertos anuncios publicitarios se considere que la apariencia física femenina tenga mayor importancia y valor que sus aptitudes intelectuales. Este estereotipo fomenta la violencia hacia la mujer pues gracias a él se reafirma que “las mujeres ante todo son cuerpo, y más vulnerable, si es desnudo” (Vélez-Bautista y otros, 2018: 05).

Sin embargo, los parámetros de la legislación publicitaria no son del todo conscientes de lo influyentes que pueden ser los mencionados estereotipos. Esto debido a que no han permitido que las autoridades administrativas correspondientes defiendan a los individuos que integran la publicidad sexista en tanto no se llegue a manifestar una conducta ilegal, discriminatoria, o una ofensa en el plano real (de Tarazona, 2013: 54). Del mismo modo, Alex Sosa comenta que el Jurado de la Publicidad ha sustentado que “en el siglo XXI está socialmente admitido el uso moderado del desnudo humano o la provocación sugerente en publicidad”, exceptuando el contenido que es de índole pornográfico (2013: 83). De esta manera, si el cuerpo humano se presenta “armónica y estéticamente”, la prohibición de su uso publicitario supondría “una censura y atentado contra la libertad de expresión” (Sosa, 2013: 83).

Es así como dentro de las normas no se considera siquiera que la existencia de los estereotipos sexistas sobre el cuerpo femenino en la publicidad puedan incitar a la violencia, que es cuando recién intervendría la ley. En ese sentido, no hay un interés por erradicar la cosificación de la mujer en la sociedad a través de los estereotipos nacidos en las propias agencias publicitarias que los mantienen en el tiempo (Osores, 2018: 87). Esta normalización de la libertad de expresión como justificación para realizar proyectos publicitarios en los que se cosifica a la mujer es, precisamente, lo que visibiliza el desnudo femenino durante una protesta. De ahí que, la sociedad no reacciona negativamente ante la ley sobre los cuerpos desnudos en anuncios y afiches publicitarios, que promueven estereotipos e incitan a la violencia, pero sí lo hace en las protestas feministas, que manifiestan el rechazo al machismo que afecta tanto a hombres como a mujeres. De esta manera, la permisividad de la objetivación de la mujer en los medios publicitarios recae en las normas de las agencias publicitarias que no asumen su responsabilidad en este tema.

Lo que *debe* cubrirse: el desnudo femenino con fines de protesta en el espacio público peruano

sis

En cuanto a la aceptación de la objetivación mencionada en los medios comunicativos, es preciso mencionar, en primer lugar, que estos son muy tomados en cuenta para la interacción social y la emisión de valores. Esto debido a que muestran estereotipos, consciente o inconscientemente, que pueden convertirse en guías para la sociedad (Mateos en Bustamante, 2019: 09). Dentro de los muchos medios de comunicación, la prensa sensacionalista protagoniza un papel importante pues, esta formula “un nuevo objeto de mujer” que afronta la sociedad cultural en la que se piensa que la mujer adquiere valor únicamente por su cuerpo. Es por ello por lo que las noticias de este tipo de prensa se reducen únicamente a la exhibición corporal (Velázquez en Bustamante, 2019: 05-06).

Por mencionar dos ejemplos, medios sensacionalistas tan consumidos como Trome y Karibeña, concluye Bustamante, colaboran con el machismo y sexismo hacia la mujer (2019: 68), dado que su contenido se remite, principalmente, a tres estereotipos femeninos. En primer lugar, se percibe a la fémica como objeto sexual al ser mostrada semidesnuda reiteradamente en las noticias de los medios. En segundo lugar, se muestra a la mujer subordinada amorosamente al hombre pues, las notas periodísticas denotan que el objetivo máximo de la mujer es entablar una relación amorosa a corto y largo plazo. Por último, en todo el contenido se margina a las protagonistas del ámbito profesional, académico y cultural pues sus aptitudes laborales están condicionadas por su apariencia física y cuánto pueda mostrar de ésta (Bustamante, 2019: 69-70).

Un aspecto interesante es que el machismo que denotan estos periódicos, según Bustamante, manifiesta una inseguridad ante lo que la mujer pueda llegar a simbolizar. Es decir, “es una reacción irracional de defensa contra el reto que representa la liberación femenina y su irrupción en el espacio público” (Bustamante, 2019: 68). Se puede decir entonces que el rechazo de las mujeres en toples durante una protesta feminista refleja el temor del receptor social porque ahora esto sea un símbolo de liberación y empoderamiento femenino y que ya no esté dirigido hacia él como sí lo están los diarios sensacionalistas. Es así como, el desnudo femenino durante una protesta rompe con la aceptación de lo que “debe ser” en una sociedad machista que manifiesta su control y opresión a través de periódicos sensacionalistas.

En conclusión, el desnudo femenino con fines de protesta es una manera adecuada de protestar, puesto que representa la lucha y liberación de la mujer y a la vez visibiliza la permisión y

Lo que *debe* cubrirse: el desnudo femenino con fines de protesta en el espacio público peruano

sis

aceptación de la cosificación de ésta. En ese sentido, el topless otorga un nuevo significado al cuerpo de la mujer que por mucho tiempo ha estado vigilado y controlado por instituciones y grupos conservadores. Por consiguiente, el marchar con los senos descubiertos en el espacio público reafirma el control y la libertad de la fémina para ejercer su autonomía mientras otros la ven. Además, la mujer en topless, con su sola presencia, desafía a las arraigadas creencias religiosas que insisten en seguir dominando todos los aspectos de la mujer. Por otro lado, el desnudo femenino, además de convertirse en una forma de representación, visibiliza una cosificación hacia la mujer que está permitida por las entidades publicitarias y aceptada, consciente o inconscientemente, por la sociedad a través de los medios de comunicación. Esto debido a que la publicidad no considera importante los estereotipos que fomenta a través de sus producciones y las consecuencias que pueden causar en las relaciones inter e intrapersonales de las mujeres principalmente. Del mismo modo, los medios comunicativos muestran en sus noticias sensacionalistas que la mujer sigue subordinada al hombre y condicionada a sus atributos físicos, lo cual parece estar socialmente aceptado o, en todo caso, normalizado.

A pesar de ser consciente sobre el nivel de machismo que está impuesto y normalizado en nuestra sociedad, considero que no es motivo para renunciar a la lucha por la liberación y autonomía de la mujer. Precisamente, es por lo que aún existen estas ideologías de supremacía que se debe seguir pronunciando e innovando con nuevos símbolos de protesta que provoquen reacciones y así, construyan un espacio para debatir sobre estos, pero también sobre lo que significan realmente. En ese sentido, se debe tener en cuenta que debatir sobre lo que sucede en el espacio público no debe limitarse a la adecuada o no manifestación de las estrategias políticas, sino que éstas deben ser el punto de partida para cuestionar y profundizar el pensamiento que cada uno tiene sobre la sociedad en la que vive. De esta manera, las manifestaciones corporales no sólo llegarían a representar cuestiones superficiales que podrían tergiversar la protesta por algunos grupos que no están dispuestos a repensar su posición en la sociedad. La presencia de la mujer en el espacio público manifestando su pensamiento a través de su propio cuerpo, la reivindica totalmente como ser humano que goza de la participación, autonomía y respeto.

Lo que *debe* cubrirse: el desnudo femenino con fines de protesta en el espacio público peruano

sis

BIBLIOGRAFÍA

BARAHONA, Teresa

2011 “Ciencia, religión y feminismo”. *Isegoría*. 45, 683-698. Consulta: 17 de abril de 2021.
<http://isegoria.revistas.csic.es/index.php/isegoria/article/view/750>

BUSTAMANTE, Marisol

2019 *La representación de la mujer en las noticias publicadas en los diarios sensacionalistas peruanos Trome y Karibeña*. Tesis para optar el título de Licenciado en Comunicación y Periodismo. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Facultad de Comunicaciones, Programa Académico de Comunicación y Periodismo. Consulta: 19 de mayo de 2021.
<http://hdl.handle.net/10757/651644>

DE TARAZONA, Gisela

2013 “Una visión sobre el tratamiento legal de la publicidad sexista en el Perú”. *Consensus*. 18, 1, 35-57. Consulta: 20 de mayo de 2021.
<https://doi.org/10.33539/consensus.2014.v18n1.952>

ENGUIX, Begonya

2012 “Cuerpos y protesta: estrategias corporales en la acción colectiva”. *RBSE – Revista Brasileira de Sociologia da Emoção*. V, 11, n, 33, pp. 885-913. Consulta: 27 de abril de 2021.
<http://www.cchla.ufpb.br/rbse/Index.html>

FULLER, Norma

1997 Fronteras y retos: varones de clase media en el Perú. *Ediciones de las Mujeres*. 24. Consulta: 6 de julio de 2021
https://www.academia.edu/701087/Fronteras_y_retos_varones_de_clase_media_del_Per%C3%BA?from=cover_page

Lo que *debe* cubrirse: el desnudo femenino con fines de protesta en el espacio público peruano

sis

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA (INEI)

2017 *Perú resultados definitivos de los Censos Nacionales 2017: XII de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas*. Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática. Consulta: 29 de abril de 2021

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaes/Est/Lib1544/

LA REPÚBLICA

2021 Femicidios en Perú: 68 mujeres fueron asesinadas en lo que va de 2021. 05 de julio. Consulta: 08 de julio de 2021.

<https://larepublica.pe/sociedad/2021/07/05/femicidios-en-peru-68-mujeres-fueron-asesinadas-en-lo-que-va-de-2021/>

MORENO, Alba

2017 *LILI(IT)H Reapropiación del cuerpo femenino*. Tesis de Grado en Comunicación Audiovisual. Universitat Jaume I. Consulta: 07 de julio de 2021

<http://hdl.handle.net/10234/173569>

OSORES, Patricia

2018 *Imagen de la mujer peruana en la publicidad: estereotipos y reflexiones*. Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Artes & Diseño Gráfico Empresarial. Pimentel: Universidad Señor de Sipán, Escuela Académico Profesional de Artes & Diseño Gráfico Empresarial, Facultad de Humanidades. Consulta: 19 de mayo de 2021.

<https://hdl.handle.net/20.500.12802/6112>

SNYDER, Rocío

2019 *Mujer objeto*. Tesis para optar por el Título de Licenciada en Arte con mención en Escultura. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú. Consulta: 22 de abril de 2021.

<http://hdl.handle.net/20.500.12404/15224>

Lo que *debe* cubrirse: el desnudo femenino con fines de protesta en el espacio público peruano

sis

SOSA, Alex

- 2018 “Autorregulación y la publicidad sexista: Oportunidad de mejora para el CONAR”. *IUS ET VERITAS*. 56, 74-85. Consulta: 20 de mayo de 2021.
<https://doi.org/10.18800/iusetveritas.201801.005>

VARGAS, Virginia

- 1985 “Movimiento feminista en el Perú: balance y perspectivas”. *Debates En Sociología*. Lima, número 10, pp. 121-146. Consulta: 25 de abril de 2021.
<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/debatesensociologia/article/view/6923>

VÉLEZ-BAUTISTA, Graciela y otros

- 2018 “Estereotipos de género que fomentan violencia simbólica: desnudez y cabellera”. *Revista Estudios Feminista*. Florianópolis, 26, 03. Consulta: 19 de mayo de 2021.
<https://doi.org/10.1590/1806-9584-2018v26n344848>

VITE, Víctor

- 2017 *Adri Vainilla. Cómo se construye el capital social en redes sociales*. Tesis para optar el grado de Magister en Comunicaciones. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú. Consulta: 25 de abril de 2021.
<http://hdl.handle.net/20.500.12404/8958>

VUOLA, Elina

- 2006 “¿Gravemente perjudicial para su salud? Religión, feminismo y sexualidad en América Latina y el Caribe”. *Pasos*. San José, 127, 15-26. Consulta: 17 de mayo de 2021.
<https://core.ac.uk/download/pdf/35227182.pdf>