

Amnis

Revue d'études des sociétés et cultures contemporaines Europe/Amérique

Du handicap aux variations humaines. Récits anciens, nouveaux récits

Transformar hasta el oxímoron : cuerpos diversos, pero no tanto¹

MÓNICA OTAOLA BARRANQUERO, MARÍA DE LAS MERCEDES SERRATO
CALERO ET EVA MORAL CABRERO

Résumés

Français English Español

En juillet 2022, l'Institut des Femmes et le ministère de l'égalité du gouvernement espagnol ont lancé la campagne publicitaire « El verano también es nuestro » (« L'été nous appartient aussi »), dans le but de sensibiliser à la diversité corporelle des femmes et de prévenir la violence esthétique. Cependant, cette campagne a suscité de nombreuses critiques dues au fait que, pour la conception de l'affiche, les représentations de plusieurs femmes ont été prises sans leur consentement et que le corps de l'une d'entre elles a été retouché pour cacher la prothèse qu'elle porte à une jambe. Cet article analyse ce cas comme une expression évidente du validisme internalisé et institutionnalisé qui permet de rendre imprésentable un corps non normatif du fait d'un handicap et qui va même jusqu'à l'effacer dans la sphère de la communication. Nous proposons une réflexion sur la manière dont ce type de pratiques affecte la construction des imaginaires collectifs et des catégorisations sociales autour du handicap, à la position des femmes handicapées comme de sujets subalternes ainsi qu'à la nécessité d'incorporer une perspective intersectionnelle à la fois dans le mouvement féministe et dans le mouvement social du handicap.

Last July 2022, the Women's Institute and the Ministry of Equality of the Spanish government launched the advertising campaign "Summer is also ours", with the intention of raising awareness of women's bodily diversity and preventing aesthetic violence. However, this campaign attracted considerable criticism for having taken without consent the image of several women for the design of the poster and also modified the body of one of them in order to hide the prosthesis she wears on one of her legs. This essay analyses this case as a clear expression of the internalised and institutionalised disability that makes it possible to signify a non-normative body due to disability as unrepresentable, even leading to its erasure in the sphere of communication. We reflect on how these practices affect the construction of collective imaginaries and social categorisations around disability, the subaltern subject position of women with disabilities and the need to incorporate an intersectional perspective in both the feminist movement and the disability social movement.

El pasado mes de julio de 2022, el Instituto de las Mujeres y el Ministerio de Igualdad del gobierno de España, lanzaron la campaña publicitaria "El verano también es nuestro", con la intención de concienciar sobre la diversidad corporal de las mujeres y prevenir la violencia estética. Sin embargo, esta campaña suscitó considerables críticas al haber tomado sin consentimiento la imagen de varias mujeres para el diseño del cartel y modificado, además, el cuerpo de una de ellas con la finalidad de ocultar la prótesis que usa en una de sus piernas. El ensayo que presentamos analiza este caso como una clara expresión del discapacitismo



interiorizado e institucional que hace posible significar un cuerpo no normativo por discapacidad como *impresentable*, llevando incluso a su borrado en el ámbito de la comunicación. Se reflexiona acerca de cómo estas prácticas afectan a la construcción de imaginarios colectivos y categorizaciones sociales en torno a la discapacidad, la posición como sujeto subalterno de la mujer con discapacidad y la necesidad de incorporar una perspectiva interseccional tanto en el movimiento feminista como en el movimiento social de la discapacidad.

Entrées d'index

Mots-clés : femmes handicapées, publicité institutionnelle, discapacitisme, mouvements sociaux, corps non normatifs.

Keywords: women with disabilities, institutional publicity, discapacitism, social movements, non-normative bodies.

Palabras claves: mujeres con discapacidad, publicidad institucional, discapacitismo, movimientos sociales, cuerpos no normativos.

Texte intégral

Introducción : la campaña “El verano también es nuestro”

- 1 Durante el verano de 2022, el Instituto de las Mujeres junto con el Ministerio de Igualdad del Gobierno de España, lanzan una campaña publicitaria con la pretensión de sensibilizar sobre la diversidad corporal de las mujeres. Mediante esta, intentan combatir estereotipos machistas y prevenir la violencia estética.
- 2 El cartel principal de la campaña, realizado por Arte Mapache, mostraba a cinco mujeres acompañadas de la leyenda “el verano también es nuestro”, lema empleado en la difusión que se lleva a cabo en redes sociales. Fue precisamente en el contexto de las redes sociales donde empezaron a originarse las múltiples polémicas que rodearon a esta iniciativa.



Ilustración Cartel de la campaña « El verano también es nuestro ». Instituto de las Mujeres.

- 3 En primer lugar, se acusó a quienes habían diseñado la campaña de estar empleando una tipografía de letra sin haber pagado la correspondiente licencia para ello. Posteriormente, la modelo británica Nicholas Williams denunció que se había utilizado su imagen sin su consentimiento ; denuncia a la que se sumó la modelo Sian Lord, quien aparecía en el cartel recostada en una toalla. A través de su cuenta de Instagram el 29 de julio del mismo año, publicó un vídeo² en el que explicaba cómo se sintió al enterarse de que aparecía en el cartel y el siguiente mensaje : « Un amigo me ha enviado una campaña en la que se usa mi imagen, pero en la que han borrado mi pierna ortopédica. No sé ni cómo explicar la rabia que siento ahora mismo. La han cogido sin mi permiso. Esto está mucho peor que mal hecho³ ».

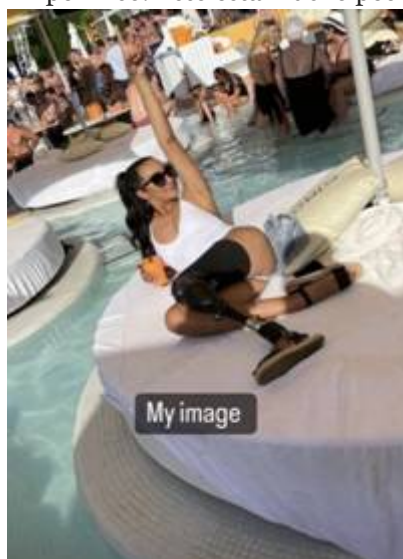


Ilustración Publicación de Sian Lord en Instagram de la imagen original modificada para la campaña « El verano también es nuestro ».

- 4 El 30 de julio, dos días después del lanzamiento de la campaña y haciéndose eco de las críticas recibidas, desde la cuenta de Twitter del Instituto de las Mujeres se publica un único tuit⁴ en el que se piden disculpas por el daño causado y se aclara que desde la institución no tuvieron conocimiento de que las modelos que aparecen en el cartel fueran reales ; avanzaban que tenían intención de contactar con ellas y que se estaba intentando resolver la cuestión con la autora. Y si bien el Comité de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI) denuncia la campaña ante el defensor del Pueblo e insta al Ministerio de Igualdad a tomar conciencia de la necesidad de proyectar una imagen social de la discapacidad desde abordajes respetuosos⁵, no se conoce, hasta la fecha, la resolución de esta queja.
- 5 De otra parte, aunque asociaciones feministas criticaron las irregularidades de la acción publicitaria, no pareció hacerse una mención especial al hecho de haber invisibilizado la discapacidad de una mujer.

I Ministerio de Igualdad y el Instituto de las Mujeres

- 6 Como ya se ha expuesto, esta campaña fue llevada a cabo por el Instituto de las Mujeres. Este tipo de organizaciones administrativas dependen de un Ministerio, en este caso se trata de un organismo autónomo del Ministerio de Igualdad. De esta manera, le corresponde realizar actividades de fomento, prestacionales, de gestión de servicios públicos o de producción de bienes de interés público, susceptibles de contraprestación. Además, cuenta con un presupuesto diferente a los Ministerios a los que pertenecen⁶.
- 7 A pesar de que en España solo se han constituido dos Ministerios con competencias únicas sobre la igualdad entre mujeres y hombres, el Instituto de las Mujeres lleva desarrollando su función desde 1983. La finalidad con la que se creó este organismo autónomo fue el desarrollo y cumplimiento de los principios constitucionales, incremento de condiciones para asegurar la igualdad social de ambos sexos y la participación de la mujer en la vida política, cultural, económica y social⁷.
- 8 En 2020, a través del Real Decreto 455/2020, del 10 de marzo, se contempló la estructura, composición y objetivos del segundo Ministerio de Igualdad de la historia democrática de España. Entre las competencias se estipula la propuesta y ejecución de la política del Gobierno en materia de igualdad y de las políticas dirigidas a la igualdad real y efectiva entre mujeres y hombres. Así mismo, se reconoce :
- 9 [...] la prevención y erradicación de las distintas formas de violencia contra la mujer y la eliminación de toda forma de discriminación por razón de sexo, origen racial o étnico, religión o ideología, orientación sexual, identidad de género, edad, discapacidad o cualquier otra condición o circunstancia personal o social.⁸
- 10 En cumplimiento con estas funciones, su estructura orgánica está compuesta por una Secretaría de Estado que, a su vez, se compone de tres direcciones generales, una Subsecretaría con competencias de gestión y una delegación del gobierno.
- 11 La Secretaría de Estado de Igualdad y Contra la Violencia de Género es la institución ministerial que hace suyas las competencias generales del mismo, relativas al desarrollo de políticas en materia de igualdad, prevención y eliminación de la discriminación y la violencia. Sobre el caso específico de la discriminación y violencia contra las mujeres basada en la discapacidad, vuelve a retomarla en el artículo 2, L, M y N que refiere al impulso y desarrollo de la aplicación transversal « del principio de igualdad de trato y no discriminación por razón de sexo [...] discapacidad (L), la propuesta de medidas normativas destinadas a garantizar la igualdad de trato y no discriminación de las personas con independencia de su sexo [...] discapacidad o cualquier condición o circunstancia personal o social (M) y la puesta en marcha de actuaciones de formación, información y sensibilización destinadas a hacer efectivo el principio de igualdad de trato y no discriminación de las personas por razón de sexo [...], discapacidad o

cualquier otra condición o circunstancia personal o social (N) ». Todo ello se traslada a la composición de su estructura en la Dirección General para la Igualdad de Trato y Diversidad Étnico Racial, la Dirección de Diversidad Sexual y Derechos LGTBI y la Delegación contra la violencia de género.

12 A excepción de la Delegación del Gobierno contra la violencia de género, ninguno de estos órganos reconoce la discapacidad dentro de sus competencias o funciones. En el caso de la Delegación del Gobierno contra la violencia de género, reconoce la propuesta de la política de gobierno contra las distintas formas de violencia contra la mujer, y en el artículo 3.f de este Real Decreto, entiende la discapacidad para la realización de campañas de información y sensibilización, garantizando su acceso a todas las personas con necesidades especiales y, particularmente, de las personas con discapacidad.

13 De otra parte, el Instituto de las Mujeres se adscribe a la secretaría estatal ya comentada. Este organismo autónomo, a lo largo de su historia ha dependido de diferentes Ministerios y Secretarías de Estado, que no siempre han estado destinados de forma exclusiva a trabajar por la igualdad entre mujeres y hombres, vinculándose a otras áreas como salud o bienestar social. Es durante el desarrollo del actual Ministerio de Igualdad, en 2021, cuando cambia su nombre de Instituto de la Mujer a Instituto de las Mujeres, asumiendo que no existe un ideal de mujer, sino que se trata de una población heterogénea⁹.

14 Entre las funciones de este organismo se encuentra la formulación de iniciativas y actividades de sensibilización social¹⁰. En atención a esto, se lleva a cabo la creación de la campaña comentada, pretendiendo fomentar la imagen no estereotipada de las mujeres, deconstruyendo cánones de belleza e impulsando la idea : los cuerpos de todas las mujeres son válidos para ir a la playa, pasártelo bien y disfrutar en verano. Sea como sea, tengas el cuerpo que tengas. Vamos a disfrutar del verano con toda nuestra diversidad¹¹.

II Redes sociales, discapacidad y representación

15 La representación de las personas con discapacidad en los medios audiovisuales españoles es escasa. Según el último informe realizado por el Observatorio de la Diversidad en los Medios Audiovisuales¹² solo el 3,6 % de los personajes de películas tienen una discapacidad, mostrándose inferior en el caso de series (2,8 %) ; aun siendo más frecuente encontrar personajes de mujeres con discapacidad que de hombres, raras veces son interpretados por actores y actrices con discapacidad, y las producciones suelen estar vinculadas a temática médico-hospitalaria. De la misma manera, el Consejo Audiovisual de Andalucía concluye, en un estudio realizado en 2019¹³, que de los 2.286 anuncios televisivos analizados solo el 0,92 % incluye alguna persona con discapacidad¹⁴.

16 Trabajos recientes como el de Suriá¹⁵ que atiende la relación entre el uso de redes sociales y el apoyo social percibido ; el de Bonilla, Figuerero y García¹⁶ sobre el análisis de *influencers* con discapacidad física o el desarrollado por Moral, Huete y Díez¹⁷ acerca de una campaña-denuncia de situaciones cotidianas de discriminación por discapacidad, reflejan la potencia que plataformas como Instagram o Twitter tienen como herramientas para la visibilización, la reivindicación colectiva y la producción de nuevas narrativas en torno a la discapacidad.

17 Por otro lado, en el mundo de la moda cada vez es más frecuente encontrar modelos con discapacidad, aunque como indica el trabajo de Foster y Pettinicchio¹⁸ suele ocurrir bajo lo que denominan *integración ingenua*¹⁹. Esta supone que, para comodidad del público, las características obvias de la discapacidad de los y las modelos se retocan para que la representación de la diversidad tenga lugar como algo positivamente valorado por la audiencia, pero dentro de unos estándares que le resulten aceptables²⁰. De esta manera, en el mundo de la moda, tal y como ocurre en los encuentros mixtos

entre personas con y sin discapacidad, también se espera de estas que asuman la comodidad de aquellas con las que se relacionan cuando no se comparte esta condición²¹.

- 18 Parece evidente, por tanto, que existe una carencia de modelos positivos de la discapacidad que permitan al público ampliar el imaginario social en torno a ella, para lo que las redes sociales aparecen como oportunidad.

III Borrar la discapacidad : una evidencia capacitista

- 19 Sian Lord es una microinfluencer o microcelebridad²² con más de 19.000 seguidores que se presenta en sus redes como una modelo y oradora motivacional que trabaja por el empoderamiento desde la confianza corporal. Es una mujer joven, racializada, que muestra su prótesis en sus publicaciones lanzando una clara reivindicación por los cuerpos no normativos, entendidos como aquellos que se alejan del estándar corporal — y de funcionamiento — que el sistema capacitista produce²³.

- 20 Muchas de sus publicaciones y mensajes reflejan esta posición, bien recogiendo sus experiencias en charlas o actos, bien mostrando la cotidianidad de su realidad como madre con discapacidad. Mediante estos mecanismos de visibilización, la modelo británica ofrece un contenido similar al de otros perfiles de Instagram de mujeres sin discapacidad, pero aportando un factor diferencial que permite al público acceder a una realidad más diversa.

- 21 De esta manera, figuras como la de Sian Lord cobran mayor relevancia y la modificación de su imagen para una campaña que aboga por la diversidad de cuerpos resulta paradójico y solo puede explicarse desde lógicas tan fuertemente arraigadas como son las capacitistas.²⁴ Este hecho, que no ha sido explicado ni por la autora de la campaña ni por las instituciones que la respaldan, podría participar en la invalidación del recorrido que Sian y otras personas con discapacidad vienen realizando en pro del empoderamiento de quienes se alejan del cuerpo normativo ; pues, si bien es cierto que sus publicaciones no se centren en cuestiones relacionadas necesariamente con su discapacidad, estando especialmente vinculadas a la promoción de eventos y marcas de moda, la exposición *orgullosa* de su prótesis participa en una representación distinta, más compleja y cotidiana de lo que una mujer con discapacidad (física en este caso) es o puede ser. La decisión de la diseñadora solo puede llevarse a cabo desde una posición de privilegio capacitista, que hace posible crear una campaña que es, en sí misma, un oxímoron.

- 22 La necesidad de reflexionar sobre cómo se determina qué cuerpos no normativos son aceptables queda claramente ejemplificada por la campaña que aquí analizamos. No solo desde la reivindicación de legitimidad de todos ellos, sino porque, como propone Henderson²⁵, los cuerpos no normativos « han ejercido presión contra los estándares estéticos²⁶ ». Diversos trabajos apuntan al cuerpo diferente como indicador de caducidad, de vulnerabilidad, de decrepitud y generador de rechazo²⁷. El estigma asociado a la discapacidad está relacionado con la evidencia de la diferencia corporal y de funcionamiento²⁸ y la incomodidad que genera, producto del sistema capacitista, activa prácticas discriminatorias que incluyen acciones relacionadas con el borrado de *lo incómodo*.

- 23 Este borrado se expresa de diversas maneras, desde prácticas eugenésicas²⁹, hasta la exclusión a los márgenes y la imposición velada de la ausencia en la vida colectiva o la desaparición de su representación en campañas que habrían de considerarlos como parte de su público objetivo. Así, el resultado de la campaña solo puede explicarse desde la interiorización del capacitismo que, como sistema de opresión naturaliza que antes de toda polémica, hubiera pasado inadvertido el hecho de que ninguna de sus protagonistas sea, aparentemente, una mujer con discapacidad. Y si bien podríamos escudarnos en la posibilidad de que alguna de ellas tuviera una pérdida auditiva, visual

o cualquier otra situación de discapacidad que no es perceptible a primera vista, no debemos pasar por alto que el resto de los atributos de las mujeres que aparecen son fácilmente reconocibles : edad, peso, origen racial, etc. De esta manera, podríamos estar frente a una confirmación más de que la discapacidad actúa como identidad estigmatizada primaria³⁰, incluso por encima del género y en campañas que se dirigen específicamente a mujeres y a quienes se alejan del estándar corporal. Así, empleamos el término discapacitismo para diferenciar las especificidades de la discriminación dirigida a mujeres con discapacidad en este caso, separándolas de aquellas otras comunes que desde el sistema capacitista pueden compartirse con relación al sexismo, el edadismo o el racismo con el resto de personajes de la campaña.

Conclusiones : la importancia de la representación de las mujeres con discapacidad

- 24 Las implicaciones del resultado de la campaña son diversas y, aunque algunas de ellas ya se han apuntado a lo largo del texto, nos empuja a preguntarnos, como ya hizo Spivak³¹, si puede hablar la subalterna ; si puede hablar Sian Lord. Entendida como “el ser que se sitúa al otro lado de la diferencia”³² queda silenciada en un intento de reescribir la representación, ampliar la experiencia y el modo en el que se significan los cuerpos no normativos a través de su trabajo. Incluso empleando los medios y canales *mainstream*, hegemónicos y desde planteamientos inspiracionales, Sian es borrada, su diferencia corporal es eliminada de una imagen que reivindica lo que ella es y al tiempo no se le permite ser.
- 25 Más allá de los elementos expuestos, que señalan diferentes formas de opresión, discriminación o violencia capacitista, es preciso poner en valor el peso específico que para la infancia y juventud con discapacidad, especialmente para las niñas y mujeres jóvenes, tienen las referentes. Construir una identidad, que por el hecho de tener una discapacidad ya se concibe como identidad fuera de la norma, sin referentes positivos al respecto, dificulta aún más estos procesos. Del mismo modo, replicar y mantener una sociedad en que las mujeres con discapacidad deben ser borradas de los imaginarios publicitarios, que a su vez pueden ser imaginarios sociales, lanza, de forma intencionada o involuntaria, el mensaje ya establecido desde hace siglos por enfoques tradicionales de la discapacidad, donde esta es algo que se debe ocultar, cuando no eliminar o suprimir.
- 26 De otra parte, esta violencia mediática que confrontan las mujeres con discapacidad, que de un lado invisibiliza sus realidades, y de otro, obliga a que su imagen sea lo más normativa posible, es una vulneración de sus derechos que el sistema reproduce y legitima, sin que existan mecanismos preventivos o de sensibilización al respecto ; y menos aún, mecanismos sancionadores.
- 27 En los objetivos políticos y sociales del Ministerio de Igualdad se reconoce la discapacidad como motivo de discriminación o base para la violencia contra las mujeres entre una almágana de factores. Algunos de ellos sí han sido atendidos a través del desarrollo de Direcciones Generales específicas. Por otro lado, pese al reconocimiento de la discapacidad como causa de discriminación en las competencias de la Secretaría de Estado de Igualdad, extensivas a las competencias del Instituto de las Mujeres, no se ha trasladado a una representación social de las mujeres con discapacidad de forma específica.
- 28 Esta cuestión nos devuelve a una conclusión recurrente en los Estudios Feministas de la Discapacidad, relativa a si los movimientos que reivindican los derechos de las mujeres tienen en cuenta a las mujeres con discapacidad. La ausencia de manifestaciones a este respecto por parte de asociaciones feministas no vinculadas a la discapacidad puede ser un atisbo de respuesta. En este sentido, cabe señalar el trabajo

académico, activista y político que aún queda por hacer, y lo deseable de llevarlo a cabo contando con la implicación real y consciente de los movimientos de mujeres.

Bibliographie

Arnau Ripollés, M. Soledad, « Políticas eugenésicas y derechos reproductivos. una mirada desde la bioética (feminista) de/desde la diversidad funcional », *Filanderas. Revista Interdisciplinar de Estudios Feministas*, n° 2, 2017, pp. 29-51.

Bonilla del Río, Mónica, Figuereo Benítez, Juan C. y García Prieto, Victoria, « Influencers with physical disabilities on Instagram : Features, visibility and business collaboration », *El Profesional de la información*, 2022, e310612. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.nov.12>

Campbell, Fiona A. K., « Inciting legal fictions: Disability's date with ontology and the ableist body of the law », *Griffith Law Review*, n° 10, 2001, pp. 42-62.

Cermi, *El Cermi denuncia la campaña de Igualdad que borró la discapacidad de Sian Lord ante el Defensor del Pueblo*, 2 de agosto de 2022. Disponible en : <https://cermi.es/noticia/el-cermi-lleva-al-defensor-del-pueblo-la-campana-de-igualdad-que-borro-la-discapacidad-de-la-modelo-sian-lord>

Díaz Moreno, Lucía, *Uso de imágenes, tipografía y costes : qué sabemos sobre la campaña 'El verano también es nuestro' promocionada por el Ministerio de Igualdad*, *Newtral.es*, 2 de agosto de 2022, <https://www.newtral.es/cartel-campana-ministerio-de-igualdad-el-verano-tambien-es-nuestro/20220802/>

El Confidencial, « Una segunda modelo denuncia la manipulación de su imagen en una campaña del Ministerio de Igualdad », 29 de julio de 2022. Disponible en : <https://www.elcorreo.com/gente-estilo/modelo-britanica-denuncia-que-el-ministerio-de-igualdad-uso-su-imagen-sin-permiso-20220729102420-nt.html>

Foster, Jordan y Pettinicchio, David, « A model who looks like me: Communicating and consuming representations of disability », *Journal of Consumer Culture*, n° 22 (3), 2022, pp. 579-597. <https://doi.org/10.1177/14695405211022074>

Henderson, Gretchen E., *Fealdad : Una historia cultural.*, Madrid, Turner Noema, 2018.

Iáñez, Antonio, « Cuerpo y modernidad. El proceso de estigmatización en las personas con diversidad funcional física », *Documentación Social*, n° 151, 2008, pp. 105-122.

Le Breton, David, *La sociología del cuerpo*, Madrid, Siruela, 2018.

Ley 11/2020, de 30 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2021

Ley 16/19983, de 24 de octubre, de creación del Organismo Autónomo Instituto de la Mujer

Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público

Martín, Patricia, « Montero traslada el Instituto de las Mujeres a una sede más accesible », *el Periodico*, 29 de octubre de 2021. Disponible en : <https://www.elperiodico.com/es/sociedad/20211029/nueva-sede-instituto-mujer-mujeres-12488095>

Moral, Eva, Huete, Agustín y Díez, Emiliano, « #MeCripple: Ableism, microaggressions, and counterspaces on Twitter in Spain », *Disability & Society*, 2022, pp. 1-18. <https://doi.org/10.1080/09687599.2022.2161348>

Moral, Eva, Huete, Agustín y Díez, Emiliano, « ¿Soy lo que ves ? Microagresiones capacitistas y visibilidad de la discapacidad », *Revista Española de Discapacidad*, n° 8 (2), 2020, pp. 7-31. <https://doi.org/10.5569/2340-5104.08.02.01>

Moral, Eva, Otaola, Mónica del Pilar y Serrato, María Mercedes, « Del modelo médico a la pasarela : Mujeres, discapacidad e imaginarios sociales », *Actas de Coordinación Sociosanitaria*, n° 28, 2021, pp. 28-43.

Moscoso, Melania « La ¿normalidad ? Y sus territorios liberados » *Dilemata, Revista Internacional de Éticas Aplicadas*, n° 1, 2009, pp. 57-70.

Nario-Redmond, Michelle R., « Cultural stereotypes of disabled and non-disabled men and women : Consensus for global category representations and diagnostic domains », *British Journal of Social Psychology*, n° 49 (3), 2010, pp. 471-488. <https://doi.org/10.1348/014466609X468411>

Nario-Redmond, Michelle R., Kemerling, Alexia A. y Silverman, Arielle, « Hostile, Benevolent, and Ambivalent Ableism: Contemporary Manifestations », *Journal of Social Issues*, n° 75 (3), 2019, pp. 726-756. <https://doi.org/10.1111/josi.12337>

ODA, *Informe ODA 2022. Análisis sobre la representación de la diversidad en la ficción española del 2021 en cine y televisión*, 2022, <http://oda.org.es/informe/>

Palombi, Barbara J., « Women with Disabilities: The Cultural Context of Disability, Feminism, Able-Bodied Privilege, and Microaggressions », in Elizabeth Nutt Williams y Carolyn Zerke Enns (Eds.), *The Oxford Handbook of Feminist Multicultural Counseling Psychology*, New York, Oxford University Press, 2012, pp. 199-220. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199744220.013.0011>

Pié, Asun, « La verdad de los monstruos », *Educación artística : revista de investigación (EARI)*, n° 12, 2021, pp. 314-325. <https://doi.org/10.7203/eari.12.19765>

Real Decreto 455/2020, del 10 de marzo por el que se desarrolla la estructura orgánica básica del Ministerio de Igualdad.

Spivak, Gayatri Chakravorti, « ¿Puede hablar la subalterna ? », *Asparkia : investigación feminista*, n° 13, 2002, pp. 207-214.

Spivak, Gayatri Chakravorti, « Puede hablar el sujeto subalterno ? », *Orbis tertius : revista de teoría y crítica literaria*, n° 3 (6), 1998, pp. 1-44.

Suriá Martínez, Raquel, « Redes virtuales y apoyo social percibido en usuarios con discapacidad : Análisis según la tipología, grado y etapa en la que se adquiere la discapacidad », *Escritos de Psicología*, n° 10, 2017, pp. 31-40. <https://doi.org/10.5231/psy.writ.2017.21403>

Wolbring, Gregor, « The Politics of Ableism », *Development*, n° 51 (2), 2008, pp. 252-258. <https://doi.org/10.1057/dev.2008.17>

Notes

1 Eva Moral Cabrero ha participado en esta publicación mediante estancia en el Instituto de Filosofía del CSIC en el marco de un “Contrato Temporal de Acceso al Sistema Español de Ciencia, Tecnología e Innovación” a través de la concesión de una Ayuda Margarita Salas por el Ministerio de Universidades financiado por “Unión Europea NextGenerationEU/PRTR”, a través de la Universidad de Salamanca.

2 <https://www.instagram.com/p/Cgv67EXIpSN/>

3 *El Confidencial*, « Una segunda modelo denuncia la manipulación de su imagen en una campaña del Ministerio de Igualdad », 29 de julio de 2022. Disponible en: <https://www.elcorreo.com/gente-estilo/modelo-britanica-denuncia-que-el-ministerio-de-igualdad-uso-su-imagen-sin-permiso-20220729102420-nt.html>

4 Instituto de las Mujeres, <https://twitter.com/InstMujeres/status/1553316083557437442?s=20&t=VltnMog8xUJC8yEPnsFuvw>

5 *Cermi*, *El Cermi denuncia la campaña de Igualdad que borró la discapacidad de Sian Lord ante el Defensor del Pueblo*, 2 de agosto de 2022. Disponible en: <https://cermi.es/noticia/el-cermi-lleva-al-defensor-del-pueblo-la-campana-de-igualdad-que-borro-la-discapacidad-de-la-modelo-sian-lord>

6 Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público

7 Ley 16/19983, de 24 de octubre, de creación del Organismo Autónomo Instituto de la Mujer.

8 *Ibid.* Real Decreto 455/2020.

9 Martín, Patricia « Montero traslada el Instituto de las Mujeres a una sede más accesible », *elPeriodico*, 29 de octubre del 2021, <https://www.elperiodico.com/es/sociedad/20211029/nueva-sede-instituto-mujer-mujeres-12488095>.

10 Ley 11/2020, de 30 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2021

11 Esta información fue trasladada al portal Newtral.es a través de una petición a través del portal de transparencia del Instituto de las Mujeres. Díaz Moreno, Lucía « Uso de imágenes, tipografía y costes: qué sabemos sobre la campaña ‘El verano también es nuestro’ promocionada por el Ministerio de Igualdad », *Newtral.es*, 2 de agosto de 2022, <https://www.newtral.es/cartel-campana-ministerio-de-igualdad-el-verano-tambien-es-nuestro/20220802/>

12 ODA. (2022). Informe ODA 2022. Análisis sobre la representación de la diversidad en la ficción española del 2021 en cine y televisión. <http://oda.org.es/informe/>

13 *Informe sobre la imagen de la discapacidad en la publicidad 2019*. Consejo Audiovisual de la Junta de Andalucía.

14 La mayoría de estos anuncios se vinculan a entidades específicas de discapacidad que poseen espacios publicitarios para diferentes fines.

15 Suriá Martínez, Raquel, « Redes virtuales y apoyo social percibido en usuarios con discapacidad : Análisis según la tipología, grado y etapa en la que se adquiere la discapacidad », *Escritos de Psicología*, vol. 10, n° 1, 2017, pp. 31-40. <https://doi.org/10.5231/psy.writ.2017.21403>

16 Bonilla-del-Río, Mónica, Figueredo-Benítez, Juan C. y García-Prieto, Victoria, « Influencers with physical disabilities on Instagram : Features, visibility and business collaboration », *El Profesional de la información*, 2022, e310612. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.nov.12>

17 Moral, Eva, Huete, Agustín y Díez, Emiliano, « #MeCripple : Ableism, microaggressions, and counterspaces on Twitter in Spain », *Disability & Society*, 2022, pp. 1-18. <https://doi.org/10.1080/09687599.2022.2161348>

18 Foster, Jordan y Pettinicchio, David, « A model who looks like me : Communicating and consuming representations of disability », *Journal of Consumer Culture*, vol. 22, n° 3, 2022, pp. 579-597. <https://doi.org/10.1177/14695405211022074>.

19 *Ibid.*, p. 582. « Naïve integration » en el original.

20 Esta práctica dentro del ámbito del modelaje ya fue abordada por las autoras en: Moral, Eva, Otaola, Mónica del Pilar y Serrato, María Mercedes, « Del modelo médico a la pasarela: Mujeres, discapacidad e imaginarios sociales », *Actas de Coordinación Sociosanitaria*, n° 28, 2021, pp. 28-43.

21 Moscoso, Melania, « La ¿normalidad? Y sus territorios liberados », *Dilemata, Revista Internacional de Éticas Aplicadas*, n° 1, 2009, pp. 57-70.

22 Marwick, Alice E., « Instafame : Luxury Selfies in the Attention Economy », *Public Culture*, vol. 27, n° 1, 2015, pp. 137-160. <https://doi.org/10.1215/08992363-2798379>

23 Campbell, Fiona A. K., « Inciting legal fictions : Disability's date with ontology and the ableist body of the law », *Griffith Law Review*, vol. 10, n° 1, 2001, pp. 42-62.

24 Wolbring, Gregor, « The Politics of Ableism », *Development*, vol. 51, n° 2, 2008, pp. 252-258. <https://doi.org/10.1057/dev.2008.17>

25 Henderson, Gretchen E., *Fealdad : Una historia cultural*. Madrid, Turner Noema, 2018.

26 *Ibid.*, p. 16.

27 Pié, Asun, « La verdad de los monstruos », *Educación artística: revista de investigación (EARI)*, vol. 12, 2021, pp. 314-325. <https://doi.org/10.7203/eari.12.19765>. Nario-Redmond, Michelle R. ; Kemerling, Alexia A. y Silverman, Arielle, « Hostile, Benevolent, and Ambivalent Ableism : Contemporary Manifestations », *Journal of Social Issues*, vol. 75, n° 3, 2019, pp. 726-756. <https://doi.org/10.1111/josi.12337>. Le Breton, David *La sociología del cuerpo*. Madrid, Siruela, 2018.

28 Moral, Eva, Huete, Agustín y Díez, Emiliano, « ¿Soy lo que ves? Microagresiones capacitistas y visibilidad de la discapacidad », *Revista Española de Discapacidad*, vol. 8, n° 2, 2020, pp. 7-31. <https://doi.org/10.5569/2340-5104.08.02.01>. Allué, Marta « The Crippled, the Ugly and the Freak » *Revista de antropología social*, n° 21, 2012, pp. 273-286. Iáñez, Antonio, « Cuerpo y modernidad. El proceso de estigmatización en las personas con diversidad funcional física » *Documentación Social*, n° 151, 2008, pp. 105-122.

29 Arnau Ripollés, M. Soledad, « Políticas eugenésicas y derechos reproductivos. una mirada desde la bioética (feminista) de/desde la diversidad funcional », *Filanderas. Revista Interdisciplinar de Estudios Feministas*, n° 2, 2017, pp. 29-51.

30 Nario-Redmond, Michelle R., « Cultural stereotypes of disabled and non-disabled men and women: Consensus for global category representations and diagnostic domains », *British Journal of Social Psychology*, vol. 49, n° 3, 2010, pp. 471-488. <https://doi.org/10.1348/014466609X468411>. Palombi, Barbara J. « Women with Disabilities: The Cultural Context of Disability, Feminism, Able-Bodied Privilege, and Microaggressions », Elizabeth Nutt Williams y Carolyn Zerbe Enns (dir.), *The Oxford Handbook of Feminist Multicultural Counseling Psychology*, New York, Oxford University Press, 2012, pp. 199-220. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199744220.013.0011>

31 Spivak, Gayatri Chakravorti, « ¿Puede hablar el sujeto subalterno? », *Orbis tertius : revista de teoría y crítica literaria*, vol. 3, n° 6, 1998, pp. 1-44. Spivak, Gayatri Chakravorti « ¿Puede hablar la subalterna? » *Asparkia: investigación feminista*, 13, 2002, pp. 207-214.

32 Spivak, Gayatri Chakravorti, «¿Puede hablar la subalterna?», *op.cit.*, p. 213.

Table des illustrations



Légende

Ilustración Cartel de la campaña « El verano también es nuestro ». Instituto de las Mujeres.

URL

<http://journals.openedition.org/amnis/docannexe/image/8344/img-1.jpg>

Fichier

image/jpeg, 216k

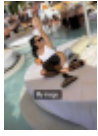
**Légende**

Ilustración Publicación de Sian Lord en Instagram de la imagen original modificada para la campaña « El verano también es nuestro ».

URL

<http://journals.openedition.org/amnis/docannexe/image/8344/img-2.png>

Fichier

image/png, 94k

Pour citer cet article

Référence électronique

Mónica Otaola Barranquero, María de las Mercedes Serrato Calero et Eva Moral Cabrero, « Transformar hasta el oxímoron : cuerpos diversos, pero no tanto », *Amnis* [En ligne], | 2023, mis en ligne le 10 septembre 2023, consulté le 18 septembre 2023. URL : <http://journals.openedition.org/amnis/8344>

Auteurs

Mónica Otaola Barranquero

Universidad de Salamanca, España, monicaotaola@usal.es

María de las Mercedes Serrato Calero

Universidad Pablo de Olavide, España, mlsercal@alu.upo.es

Eva Moral Cabrero

Universidad de Salamanca. IFS-CSIC, España, evamoral@usal.es

Droits d'auteur



Creative Commons - Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International - CC BY-NC-ND 4.0

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>