

ACTAS 2016

# I Jornadas Nacionales de Investigación en Ciencias Sociales de la UNCuyo

25 y 26 de Agosto de 2016

"Perspectivas actuales en la investigación en ciencias sociales: problemáticas, enfoques epistemológicos y abordajes teórico-metodológicos"

**Construir el objeto, tensar lo político, activar entre. Pensar lo metodológico a través de la articulación de la teoría feminista y la comunicología: actores claves, temas urgentes y leyes marco en la agenda mediática**

ISBN 978-987-575-164-4

Valeria F. Hasan  
vfhasan@mendoza-conicet.gob.ar

Proyecto de investigación en el cual se enmarca: Agenda mediática de género/feminista: La tensión entre el juego de actores, los temas urgentes y el marco de la ley

CONICET/UNCUYO

## Resumen

Este trabajo se propone reflexionar sobre los posibles recorridos metodológicos en torno de un objeto sinuoso, esquivo, móvil. Para la Comunicología, la construcción de objeto se presenta como un desafío para el que la cuestión del *rigor* epistemológico y metodológico requiere, quizá, mayor atención que en el caso de otras disciplinas, afines o cercanas, como la sociología o las ciencias del lenguaje, ya que su naturaleza, la imposibilidad de fijarlo, muchas veces actúa como coartada. En este sentido, el punto de vista feminista elegido para el estudio aparece como opción teórico-epistemológico-metodológica de ruptura frente a los estudios tradicionales en comunicación y es útil para discutir los criterios de objetividad en torno de la posición situada (Harding, 1996).

## Palabras clave

teoría feminista/estudios de género, comunicología, experiencia, objetividad fuerte

### 1. Construcción de objeto: teoría feminista/estudios de género/comunicología

#### 1.1 Teoría feminista/estudios de género

La categoría de *experiencia* (Rich, 1976, Scott, 1991, Bach, 2010) y la teoría situada (Haraway, 1988, Harding, 1996), anudadas, señalan el punto de partida ineludible para un trabajo como éste, que no intenta sólo utilizar la perspectiva de género como herramienta metodológica, sino que,

fundamentalmente, pretende una lectura feminista de determinado objeto teórico.

Por un lado, la categoría *experiencia*, largamente teorizada por la teoría feminista y los estudios de género, remite de manera fundamental a poner de relieve, precisamente la diferencia corporal y las consecuencias políticas que esto tiene para las mujeres. Desde los grupos de concienciación hasta la exposición de las marcas sexuales, corporales y subjetivas en la construcción del conocimiento, la de experiencia es una categoría ampliamente trabajada por diferentes autoras. Tal como indica Shari Stone-Mediatore, desde la epistemología feminista se ha profundizado en torno de la experiencia como noción que no precede a las representaciones de la experiencia culturalmente determinadas, sino que está mediada por esas representaciones (Stone-Mediatore, 1996). “No solo el sujeto de experiencia mira al mundo a través de lentes ideológicamente condicionados sino que además, quienes teorizan identifican las experiencias con un grupo social particular, corren el riesgo de naturalizar definiciones de exclusión respecto de ese grupo” (Stone-Mediatore, 1996, p. 2).

En cuanto a la teoría situada o del punto de vista, ésta pone el énfasis en el carácter situado de la mirada y en la imposibilidad de la *objetividad* científica a la manera tradicional, otorgándole valor, precisamente, a la explicitación del punto de vista del/a investigador/a, a su formación, recorrido, tradición disciplinar, a su clase/género/etnia, etcétera, haciendo un uso estratégico de esta puesta en discurso. En este orden, Haraway sugiere que puede haber una manera específicamente feminista de hacer ciencia. Así, de origen marxista, la teoría feminista del punto de vista (Harding, 1996; Smith, 1974) parte del reconocimiento del carácter socialmente situado de las creencias. La situación de las mujeres les otorgaría el privilegio epistemológico en un mundo dominado por los hombres, un privilegio derivado de que desde su posición marginal, las mujeres podrían ver lo que a los hombres se les escapa desde sus posiciones de poder. La *objetividad fuerte* proporcionada por el punto de vista feminista se opone a la noción tradicional de *objetividad masculina*, patriarcal, androcéntrica. La cuna epistémica está en las propuestas de Marx, Engels y Lukacs.

De manera sucinta, entonces, tal como señala Ana María Bach (2010), en tanto seres humanos nuestra situación está biográficamente determinada: nacemos en el seno de algún tipo de conformación familiar y en un medio social que nos trasmite, a veces en forma deliberada y la mayoría de las veces no, los saberes de la vida cotidiana. Esos saberes se corresponden con el hecho de que vivimos en un espacio geográfico particular y en un momento históricamente determinado, hecho que delimita nuestras posibilidades, modos de elección y acción.

### 1.2 Comunicología: Campo? Disciplina?

Muchos teóricos, entre ellos el argentino Roberto Follari (1999) sostienen que la particularidad específica de una disciplina como la Comunicación consiste en haberse establecido desde el campo

profesional hacia el científico y no al revés (de la especulación racional a las prácticas). Este hecho se suma a otras peculiaridades como por ejemplo el no haber un acuerdo al interior del campo respecto a su denominación: Ciencias de la Comunicación, Comunicología, Comunicación Social, Ciencias de la Información, etcétera, de acuerdo a cual sea el énfasis que se ponga o el interés que se tenga en determinados aspectos en discusión dentro de la disciplina.

Otro asunto de debate en relación con el anterior es el del objeto. Se ha dicho en repetidas ocasiones que la Comunicología trabaja sobre un objeto empírico propio pero desde los *objetos teóricos* de otras disciplinas. Como señala Follari, desde este punto de vista, sería imposible hacer Comunicología autónoma, disociada de la explicación que sobre los procesos de interpretación, emisión, recepción, etcétera, se ofrece a partir de la sociología, la psicología o la lingüística.

Desde los iniciales estudios sobre los efectos de los medios de la mano de la teoría de Lasswell, pasando por toda la etapa de auge del funcionalismo y la Mass Communication Research, para llegar a la época de esplendor del estructuralismo en plenos '60, sin dejar de lado los estudios en teoría crítica basados en el legado de la Escuela de Frankfurt, el interés por los medios de comunicación fue una constante para los/as estudiosos/as de la Comunicación. Desde mi punto de vista, el meollo de la cuestión ha estado allí y la variante se ha producido en torno de reflexionar sobre dónde focalizar la mirada, en qué costado de la relación: si en los emisores, en los receptores, la producción, la circulación de mensajes, los contenidos, los textos, los discursos, los propietarios de los medios, etcétera (Fernández Hasan, 2011).

No obstante, existen otros/as autores/as que sostienen que el objeto de la comunicación, si aspira a ser una ciencia, debe ser o estar, en otro lado. Para algunos/as es un proceso, para otros/as las prácticas comunicacionales, hay quienes insisten por el lado de la cultura y quienes lo hacen por el lado de la indefinición de objeto en el sentido de que la especificidad de un objeto propio no sería indefectiblemente necesario, como tampoco lo serían las fronteras disciplinares. Esta posición apuntaría a comprender la comunicación y sus especializaciones más "como campo de conocimiento transdisciplinario que como una disciplina. Un campo en permanente construcción que se ha venido legitimando, afinando sus metodologías de investigación y construyendo algunos abordajes teóricos y metodológicos en el proceso de creación de nuevos conocimientos" (Pereira, 2005, p. 414). Esta postura también hace énfasis en la necesidad de la comunicación de dar explicación a fenómenos sociales producidos por el desarrollo de los medios de comunicación. De acuerdo con la explicación de José Miguel Pereira (2005), la comunicación no tiene ni ha tenido un campo disciplinar propio, sino más un dominio de estudio alrededor del que se ha conformado el campo sociocultural. Los autores que se ubican bajo esta postura, por ejemplo los mexicanos Raúl Fuentes y Enrique Sánchez,

señalan que este dominio ha sido y es “una encrucijada inter y transdisciplinaria dentro de las ciencias sociales y humanas” (Pereira, 2005, p. 415).

Ya en los orígenes de su constitución, el asunto de una definición acerca de qué era o comprendía la nueva disciplina trajo controversias. A principios de los 50, Wilbur Schramm la denominó *proceso social básico* alcanzando así un campo científico amplio y de pluralidad metodológica. Sin embargo, un poco más adelante, sostuvo que la naturaleza de los fenómenos comunicacionales los convertía en focos de interés de cualquier disciplina relacionada con la sociedad y el comportamiento humano (Schramm, 1972). Como objeto de estudio, podemos coincidir con Marques de Melo (2001), en que la comunicación es objeto de interés de disciplinas diversas. Como campo académico, su identidad se caracteriza por la definición de fronteras establecidas en función de los soportes tecnológicos – los medios - que aseguran la difusión de los bienes simbólicos y del universo poblacional al que se destinan. De acuerdo con el autor, la comunicación es un campo delimitado por dos variables: la industria mediática (periódicos, libros, revistas, cine, TV, radio) y los servicios mediáticos (empresas dedicadas a la producción y difusión de mensajes) (Marques de Melo, 2001, p. 29).

En el mismo sentido que nosotras/os y en igual dirección que De Melo, Migdalia Pineda de Alcázar (2001) explica que las transformaciones políticas y sociales de las últimas décadas obligan a buscar alternativas teóricas que abandonen los paradigmas excluyentes y universales y que consideren la convergencia de múltiples enfoques metodológicos y la coexistencia de paradigmas contrapuestos o yuxtapuestos, conformando así una perspectiva transdisciplinaria para el pensamiento comunicacional (Pineda de Alcázar, 2001). Pineda avanza un poco más y ya no solo propone abrirse a otros campos como la psicología, la sociología, la historia o la semiótica, sino que, según ella, la reflexión teórica en los estudios de comunicación deben abocarse al problema de la relación teoría-práctica social para abordar “el tema de la práctica del sentido como un rasgo central en las relaciones de comunicación contemporáneas” (Pineda de Alcázar, 2001, p. 80).

Pereira, en sentido paralelo, indica que la comunicación “se realiza fundamentalmente en la relación intersubjetiva y mediática” (2005, p. 417). Así, lo propio de la comunicación será explicar los procesos de intercambio expresivo y de las mediaciones en esos procesos construidos como objetos de investigación. La comunicación desde esta mirada se centra en el estudio de los procesos de producción, circulación, intercambio, negociación y usos de formas simbólicas (1) en la vida social (Pereira, 2005). Desde este punto de vista serán objeto de estudio: los modos de expresión y significación de una sociedad determinada, la participación ciudadana, libertad de expresión, accesibilidad a los medios, etcétera.

En la investigación aquí realizada convergen todas estas perspectivas prevaleciendo la mirada del brasileño Luiz Martino (2001), quien sostiene que la comunicación es ya una disciplina cuyo objeto de estudio son las nuevas prácticas comunicacionales. El autor sostiene que los medios de comunicación serían la expresión más constante y evidente del objeto de la Comunicación. De este modo, concibe que el campo es interdisciplinario ya que varias disciplinas contribuyen a la construcción de una disciplina con un objeto de estudio singular.

A partir de este posicionamiento, entiendo que no será todo ni cualquier cosa estudiable desde o a través de los medios. El objeto de la Comunicación será, desde la perspectiva que propongo, los procesos y las prácticas comunicacionales desde los medios masivos y/o digitales y sus textos desde un punto de vista situado, en el marco de la función de transmisión y circulación de ideología que las industrias culturales poseen.

El punto de vista feminista elegido para el estudio se presenta como una opción teórico-epistemológico-metodológica de ruptura frente a los estudios tradicionales en comunicación y es útil para discutir en relación a los criterios de *objetividad* en torno de la posición situada (Harding, 1996).

## **2. La investigación: Construir el objeto, tensar lo político, activar entre. Pensar lo metodológico a través de la articulación de la teoría feminista y la comunicología**

La investigación desarrollada durante los años 2014 y 2015 indagó acerca de la relación entre las alianzas que hicieron posible el ingreso de temas y noticias de mujeres en los medios de comunicación tradicionales/hegemónicos, los/as actores involucrados en ese proceso (trabajadores/as de prensa, redes de periodistas, políticos/as) y las leyes que lo propiciaron (2).

Los objetivos que nos propusimos fueron tres: analizar el juego de alianzas entre periodismo feminista y otros/as actores (voces autorizadas, políticas/os, intelectuales, líderes de organismos públicos) que favorecen el ingreso y tratamiento de noticias de mujeres y diversidad en la agenda de los medios; analizar el tratamiento de los temas identificados como urgentes por la agenda feminista y el periodismo feminista (derechos sexuales y reproductivos/aborto; trata de personas; violencia de género/femicidio) e indagar cuáles son las percepciones de los y las periodistas respecto de sus propias intervenciones y producciones relacionadas con la construcción y cobertura de noticias con perspectiva de género.

Sabemos que como empresas de la información, los medios se encuentran insertos en la lucha por el sentido. Son instituciones culturales que construyen y producen determinadas formas de ver el mundo y de valorarlo. En este sentido, el papel que desempeñen como constructores y reproductores respecto del rol de las mujeres en nuestras sociedades es fundamental. Así, los estereotipos de género atraviesan las representaciones y las prácticas mediáticas de forma continua.

Trabajar con esas representaciones, esos discursos y esas prácticas deconstruyéndolos fue parte del desafío que a partir de 1994 comenzó a instaurarse desde el movimiento de mujeres en articulación con el derecho internacional y lo que se conoció como la *agenda de género*.

La conferencia internacional Comunicación que empodera a las mujeres, realizada en Bangkok en 1994 fue la primera instancia donde los medios de comunicación aparecieron como un problema estratégico a ser tenido en cuenta. Ese mismo año, en el Encuentro Regional de Comunicación y Género, en Quito, la temática fue retomada por su importancia política. Al año siguiente, en 1995, se celebró en Toronto, el Simposio Internacional sobre mujeres y medios. Allí pudo anticiparse que la comunicación se erigiría como un tópico altamente relevante para la ciudadanía de las mujeres. De este modo se llegó a la Conferencia Mundial de la Mujer en Beijing, en 1995. Ahí los medios fueron considerados como una de las doce áreas prioritarias para lograr la paridad entre los géneros. Lamentablemente, desde ese momento hasta hoy, el avance ha sido escaso. Algunas de las conclusiones del monitoreo global de medios de la WACC (Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana), 2015, señalan datos particulares de ese año y otros que son comparativos entre diferentes monitoreos llevados adelante por la Organización de relieve mundial. En este sentido, el cuarto GMMP (proyecto de monitoreo global de medios) en 2010 atrajo la participación de 108 países. En ese momento fueron evidentes los progresos de la presencia de las mujeres en los medios representando el 24% de las personas en las noticias. Aunque este aumento de 3% en los últimos cinco años fue estadísticamente significativo, los resultados mostraron la continuada invisibilidad de las mujeres en las noticias. Sólo el 13% de los informes se centraron específicamente en mujeres. Es decir, raramente las mujeres eran centrales en informes que constituyeran la mayor parte de las noticias tales como política, gobierno y economía. Fueron excedidas en número por hombres como sujetos de las noticias en todas las materias principales.

Por otro lado el 44% de las personas dando opinión pública en las noticias eran mujeres. Esto representa un aumento del 10% desde 2005. Como sujetos de noticias, las mujeres estaban subrepresentadas en las categorías profesionales.

El cuarto GMMP llegó a la conclusión de que el sexo del periodista tuvo un impacto sobre sí o no las mujeres figuraban en las noticias: había más mujeres sujetos en las noticias en los informes realizados por las periodistas mujeres, un 28%, que en los reportajes informados por los periodistas varones, un 22%.

En el caso de las noticias en línea, sólo el 23% de los sujetos de las noticias fueron mujeres, corroborándose la situación de la invisibilidad de las mujeres en los medios tradicionales reflejada también en las noticias presentadas en línea.

El primer GMMP en 1995 y el quinto en 2015 revela que el mundo del que se informa en las noticias es, fundamentalmente, masculino. Veinte años después del primer GMMP, los retos del sexismo de los medios, los estereotipos y prejuicios sexistas son insolubles en el tiempo, el espacio y las plataformas de distribución de contenido (WACC, 2016).

Las conclusiones del GMMP 2015 arrojan conclusiones para seguir trabajando en estrategias tanto desde las organizaciones de la militancia feministas como, de manera urgente y consolidada, desde las políticas públicas que aseguren continuidad en el tiempo y recursos. Para el caso argentino el informe señala que:

- Las mujeres son centrales en las noticias en el 29% de los casos, una cifra igual a la reflejada en el estudio anterior. Por lo que no se observa ningún avance.
- En un sólo tópico se reflejó paridad, 47% y 53%, en el tratamiento de temas sobre Ciencia y Salud y el de menor igualdad con sólo 15% en Política y Gobierno donde esa cifra representa centralidad de las mujeres en esas noticias.
- En los medios digitales y redes sociales, el porcentaje de la presencia de las mujeres correspondiente a cada tópico no difiere de los medios tradicionales.
- El medio donde más mujeres se encontraron como centrales fue en los diarios, siendo la televisión y la radio, respectivamente, donde se puede encontrar un menor número de mujeres, con alta diferencia de la presencia masculina.
- Las mujeres siguen siendo más convocadas para hablar desde un lugar de desconocimiento: opinadoras, testigas o desde la experiencia personal.
- En el 25% de las noticias donde una mujer aparece, necesariamente la encuadran en su rol familiar, notándose una clara diferencia con respecto al tratamiento que hacen de los hombres, 8%.
- Aparecen retratadas casi el doble de las veces que los varones en los medios gráficos.
- Sólo son mujeres el 15% de las periodistas que firman sus notas en los diarios contra un 85% de hombres.
- Es notoria la presencia de periodistas mujeres que reportan noticias locales, 70%, en detrimento de las nacionales e internacionales, 15% en cada caso.
- Dentro de las noticias que abordan las mujeres, crimen y violencia muestra el número más alto y economía el más bajo, sólo 10%.
- Sólo el 13% de las noticias por tema, tiene a las mujeres como centrales.
- Fueron abordadas con equidad sólo en el caso de Derechos Humanos de las mujeres, 37%.

- En la mayoría de las noticias se produce el reforzamiento de los estereotipos siendo en los temas relacionados con política, gobierno (87%), crimen y violencia (85%), celebridades (79%) y economía (77%), las notas con los porcentajes más altos de estereotipación.
- En ningún medio se logró alcanzar la paridad, observándose una disminución de mujeres presentadoras en la televisión (42% en 2010) y en radio un leve aumento de 4 puntos en relación al análisis anterior (31% en radio en 2010) (WACC, 2016).

### 2.1 Lo metodológico y las técnicas

El recorte metodológico y la decisión en torno a las técnicas seleccionadas es un proceso espiralado que va configurando a lo largo de la investigación la construcción del objeto. En nuestro caso, articular perspectiva feminista del punto de vista y categoría de *experiencia* con las diferentes estrategias cualitativas propias de las ciencias sociales fue el camino para la consecución de los objetivos propuestos.

Con el aporte de Chandra Mohanty para la categoría de experiencia, distinguimos la importancia de las prácticas discursivas en la constitución de las subjetividades. La autora examina de qué manera los sujetos pueden tener más poder como usuarios del lenguaje y como productores del conocimiento. Mohanty identifica identidades e instituciones sociales, como el patriarcado, en términos de discursos locales y los sitúa en un análisis económico-político global. La autora articula efectos de los discursos locales, acción discursiva y perspectiva global y distingue relaciones entre experiencia, escritura y luchas feministas (Stone-Mediatore, 1996, p. 7). A esto se suma la consideración de que la experiencia diaria está delineada por el discurso hegemónico pero al mismo tiempo lo está por elementos de resistencia a esos discursos; elementos que desafían a las ideologías dominantes. “Las tensiones dentro de la experiencia hacen de ésta un recurso que nos lleva a ver en forma diferente. Las narrativas que toman en cuenta estas tensiones no dan lugar a una conciencia espontánea pero crean imágenes y formas narrativas para re-articular la experiencia” (Stone-Mediatore, 1996, p. 13).

En lo referido a las técnicas concretas, trabajamos, por un lado, con análisis crítico y social del discurso para relevar los temas de la agenda mediática relacionada con mujeres: tópicos, informantes clave, voces autorizadas, alianzas clave, análisis de contexto, historia del problema, análisis situado. Agenda permanente/agenda de coyuntura. Jerarquización y diferenciación.

Por otro lado, realizamos entrevistas semiestructuradas a profesionales de la comunicación utilizando la técnica de bola de nieve, hasta saturar la muestra. Allí relevamos qué discursos prevalecen, qué voces, qué temas tienen mayor penetración, cuáles no logran tratamiento



diferencial, impacto del ingreso de categorías como violencia de género o feminicidio (modos de uso, sentidos).

Entre los textos analizados fueron de fundamental relevancia las leyes 26522, de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) y la 26485 De Protección Integral para prevenir, sancionar, y erradicar la violencia contra las mujeres, popularmente conocida como ley de violencia contra las mujeres. Ambas, sancionadas en 2009, marcaron un hito para la lucha contra todo tipo de violencia hacia las mujeres.

La LSCA modificó el paradigma de la comunicación e información en Argentina ya que tanto el ámbito como las acciones de los medios dejaron de entenderse bajo un modelo de libre mercado que trata la noticia como una mercancía (y que permitió una fuerte concentración mediática), para pasar a comprenderse como un servicio público bajo el paradigma de los derechos humanos. En lo que respecta al punto de vista de género en la construcción de las noticias y en los contenidos de los medios (prensa y publicidad) la ley tiene varios artículos referidos al asunto: el inciso M del artículo 3, el capítulo 5, sobre Contenidos, el artículo 70, el 71, el capítulo 8. Junto a la ley se crearon organismos de contralor, vigilancia y recepción de denuncias por parte de las audiencias, en un intento innovador de potenciar las herramientas disponibles. De este modo, aparecieron junto a la LSCA, la AFSCA (Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual) y la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Específicamente, la Defensoría de Público capacitó a cientos de medios privados y comunitarios, organizaciones sociales y estudiantes de comunicación, para el ejercicio del periodismo con perspectiva de género. Además, generó más de 300 resoluciones sobre violencia mediática, en respuesta a los reclamos de las audiencias de la radio y la televisión; y promovió en todo el territorio nacional la igualdad de géneros en los medios, buscando erradicar la violencia mediática, de acuerdo a las leyes mencionadas.

La ley de violencia contra las mujeres, por su parte, no tiene la posibilidad de sancionar la vulneración de los derechos por ella preservados sino que se trata de una ley de protección que apunta al cambio simbólico y cultural, pero que no puede operar sobre quienes la infringen. Aparece, sí, la posibilidad de que el articulado sobre violencia mediática llegue a efectivizarse en sanciones sobre quienes la transgreden por medio de la Defensoría del Público y el INADI (Instituto nacional contra la discriminación, la xenofobia y el racismo), por ejemplo.

## *2.2 Resultados del análisis del discurso. Hallazgos e instauración de agenda*

Entre los avances puede enumerarse el importante desplazamiento en titulares y copetes del término *crimen pasional* hacia *femicidio* o *violencia de género* en noticias referidas a lo que antes era

catalogado como violencia doméstica, crímenes pasionales, locura, inseguridad, etcétera. Sin embargo, el hecho de que la precisión terminológica haya sido incorporada en los títulos no asegura, en la mayoría de los casos, un desarrollo acorde en el cuerpo de las noticias o en las entrevistas al aire. Prejuicios y estereotipos en torno de *relaciones violentas como amores pasionales* sigue predominando en los y las periodistas que producen estas informaciones.

Por otro lado, tampoco se ha logrado el necesario corrimiento de la sección policiales hacia sociedad, opinión, editoriales, general o alguna otra sección específica de las noticias referidas a violencia de género teniendo en cuenta que éste no es un problema policial sino social en tanto resulta estructural a las sociedades patriarcales capitalistas.

Dentro del núcleo *derechos sexuales y reproductivos*, el tema de mayor visibilidad e impacto mediático ha sido, sin duda, el aborto y el de menor ingreso a la agenda, la trata de personas. Con respecto a la problemática de la *violencia de género*, la cuestión ha cobrado una hipervisibilización en los medios tradicionales, viéndose homologada a femicidio en más de una ocasión. La consolidación de la violencia de género/femicidio como tema de tratamiento privilegiado en la agenda mediática se produjo en 2015 con la convocatoria nacional a #Niunamenos, que, si bien hizo su ingreso desde las redes sociales, fue una iniciativa de periodistas feministas y tuvo en los medios masivos de comunicación con alta visibilidad y gran cobertura. Precisamente, el hecho de haberse transformado en un acontecimiento en el sentido de un fuera del orden de los días (3), emergiendo con un significado propio, donde convergieron demandas múltiples, diversas y hasta contradictorias, hizo que la cobertura de los femicidios en los medios tuviera ciertos cambios de largo alcance: formas de titulación, uso de términos, aporte de información de consulta, etcétera.

En cuanto a los estereotipos más tradicionales, estos insisten en permanecer bajo diferentes discursos o representaciones. Así, la maternidad como motivo excluyente de realización personal continúa vigente tanto como la mujer protectora y conciliadora contrapuesta al varón audaz y con agallas. La mujer ama de casa, dependiente económicamente asociada a imágenes de limpieza, cocina, vida doméstica, en oposición a varones con trabajo en la esfera pública. La mujer vampiriza, cazadora de hombres o maridos, aparece repetidamente en textos de toda índole, desde comedias familiares hasta publicidades de electrodomésticos. Suele asociarse también a la mujer consumista, que se dedica a gastar lo que el marido le provee. No faltan la banal, tonta, superficial; la mujer objeto sexual, cosificada y segmentada, simbólica y representacionalmente (cortada en partes en pantalla: solo sus senos, solo sus piernas, solo sus glúteos). Finalmente, la llorona, chismosa, gritona, que no para de hablar; la descalificada para el ejercicio de tareas habitualmente desempeñadas por varones, y la que busca y necesita la *mano dura del varón*, macho que debe imponer su autoridad y disciplina en la familia.

### *2.3 Resultados de la sistematización de las entrevistas. Transformaciones y resistencias*

La muestra estuvo conformada por periodistas de diferentes medios de comunicación de la radio y la TV de la provincia de Mendoza, con y sin militancia feminista y por las referentes de las redes de periodistas de género/feministas de Argentina (Red PAR – Periodistas de Argentina en red por una comunicación no sexista y RIPVG – Red internacional de periodistas con visión de género). El arco de preguntas abarcó: agenda mediática feminista, instalación de agenda, prioridades temáticas, articulación con organismos públicos. Se relevó información relativa a cambios y resistencias concretos en las producciones de los medios (titulación, tratamiento de la información, temas de agenda); qué rol han cumplido las políticas públicas de comunicación y género ejecutadas; cómo han impactado las nuevas leyes; qué soporte resulta más resistente a las transformaciones.

Las conjeturas para el relevo de información entre los/as trabajadores de prensa partieron de dos ideas centrales. En primer lugar el hecho de que la ley de violencia hacia las mujeres, y las dimensiones de sentido que instala, al referirse por primera vez a la violencia simbólica como sostén del patriarcado, y la violencia mediática como uno de sus brazos más eficaces, probablemente marquen un hito en la problematización del sexismo en los medios de comunicación. En este sentido, el nivel de establecimiento alcanzado para términos como violencia de género o femicidio sólo pudo lograrse tras el trabajo articulado entre leyes (de violencia junto a LSCA), políticas públicas y actores sociales autorizados/as aunados en la misma estrategia.

En segundo lugar, el seguimiento de la tarea de las redes de periodistas de género que realizan una labor de instalación de temas de agenda en los medios y resultan aliadas de los organismos que ponen en marcha las políticas públicas de comunicación y género de los últimos años.

Con fines expositivos, presentamos los resultados ordenados bajo la idea de núcleos de sentido que interpretan a la manera de isotopía temática (4) la interrogación original, para permitir explicar las respuestas comunes y las divergentes, respectivamente.

El primer núcleo de sentido giró alrededor de transformaciones en las producciones periodísticas. El segundo se refirió a la resistencia al cambio. El tercero a la incidencia del periodismo de género. El cuarto, al rol de las políticas de comunicación y género de los últimos años.

#### 2.3.1 Transformaciones

Entre las transformaciones producidas se destaca que los diferentes tipos de violencia se hayan convertido en parte de la agenda mediática y que prácticamente haya desaparecido el crimen pasional de los relatos periodísticos. En el mismo orden, se subraya que femicidio y trata de personas con fines de explotación sexual sea parte del lenguaje periodístico actual. Al mismo tiempo, se recalca que se van expandiendo las fuentes en las producciones, con consultas a especialistas en

género. Aparece la inclusión de nuevos temas, es decir, la agenda de género incorporándose a la agenda de los medios: violencia de género, derechos sexuales y reproductivos y trata, vinculado fuertemente a la existencia de normas, y en algunos casos, políticas públicas.

Sin embargo, no está claro que esto tenga que ver necesariamente con la apertura de los medios hacia la agenda de género, sino con que los temas de género ingresaron a la agenda política y de allí a la mediática. Respecto de las prácticas concretas, las periodistas más entrenadas insisten en que no alcanza con estar atentas al calendario que impone fechas conmemorativas. El hecho queda acotado cuando no se historiza, ni se brindan datos que promuevan una transformación.

### 2.3.2 Resistencia al cambio

La persistencia en la vulneración de derechos de las víctimas de violencia de género en los medios aparece como la persistencia al cambio más repetida. Esto es, imágenes de cuerpos mutilados, detalles de sus vidas, maltratos, asesinatos. Falta la comprensión de que no son un reportaje más, de que es su vida la que está en riesgo.

Entre los temas detallados que presentan resistencia al cambio se enumeran estereotipos de género inadecuados, el posicionamiento del debate sobre el acceso al aborto en términos de polémica y de teoría de las dos campanas, la naturalización de la prostitución como práctica constitutiva del patriarcado, la confusión en el tratamiento periodístico entre trata y prostitución, la resistencia a la inclusión de los cuidados como tema de agenda, la falta de conciencia de colegas y de espacios de decisión, déficit en la instrucción y disposición de materiales, persistencia de revictimización en el tratamiento de noticias de desaparición y trata.

### 2.3.3 Incidencia del periodismo de género

Aquí se destaca lo que significa para Argentina la existencia de dos redes de periodistas: la Red PAR y la RIPVG. Las trabajadoras de prensa recalcan la importancia de las redes para el abordaje de los temas de género, el uso de las palabras apropiadas (femicidio, por ejemplo), la producción de materiales como los decálogos y manuales de tratamiento de noticias sobre mujeres.

### 2.3.4 Políticas de comunicación y género

Las respuestas coinciden en que no habría avances en las prácticas periodísticas sin el marco legal y de políticas públicas de los últimos 5 años y se insiste en la necesidad de sostenerlo y potenciarlo.

## Consideraciones para el final

Las reflexiones finales en torno de un trabajo como el aquí expuesto presentan un doble perfil. Por un lado tienen que ver estrictamente con los resultados de la investigación en sí misma. Por el otro, con algunas cuestiones relativas a pensar nuestros objetos y nuestras prácticas desde otros lugares diferentes a los tradicionales, a los aprendidos y enseñados desde la ciencia universal, androeurocentrada.

En cuanto a la investigación en concreto podemos decir que entre los pendientes aparece como urgente la creación de un organismo público para denunciar la violencia mediática desplegada por los medios gráficos y en Internet ya que quedaron afuera del alcance de la LSCA, hoy en plena transformación ante el embate de la gestión macrista a la ley 26522. Hasta que esto vea la luz, las estrategias que el periodismo feminista sigue desplegando tienen que ver con una mirada alerta sobre las noticias relativas a mujeres en sentido amplio y, especialmente, a coberturas sobre violencia de género, trata/prostitución y aborto como los temas más urgentes.

En cuanto a la consolidación de los temas que han ingresado a la agenda de los medios tradicionales, la violencia de género ocupa un lugar de privilegio apuntalado por las noticias sobre femicidio. La convocatoria nacional en 2015 a #Niunamenos no ha sido aún suficientemente sistematizada pero sin dudas ingresó, desde las redes sociales y como iniciativa de las periodistas feministas, en los medios masivos de comunicación con alta visibilidad y gran cobertura, replicándose en 2016 con una intensidad similar.

Finalmente, las voces entrevistadas, anticipaban la prevalencia del ingreso de la violencia de género/femicidio a la agenda de los medios. Con un tratamiento dispar y con más voluntad personal que políticas editoriales concretas, los medios de comunicación de Mendoza, antes de #Niunamenos habían empezado a transformar las construcciones periodísticas relativas a violencia de género. Se desprende de las entrevistas la inquietud de las periodistas por mayor capacitación y necesidad de rigurosidad en las coberturas, precisión en las maneras de construir las noticias y apertura hacia el lenguaje inclusivo. También hay una destacada mención hacia la LSCA, la protección que trajeron a las audiencias los nuevos Organismos que ésta creó y la importancia de la incidencia de las redes de periodistas de género para incorporar nuevas temas a la agenda de los medios.

En lo relativo a la construcción de nuestros objetos y las prácticas de investigación, el desafío de buscar nuevas respuestas encuentra en el trastocamiento de la posición *neutral de la ciencia objetiva* una alternativa que rompe con los esquemas establecidos entendiendo el hacer científico como una

hacer situado (por la geografía, la clase, la raza y el género), en permanente construcción y que pone en jaque los saberes aceptados y validados por la comunidad científica.

La articulación entre estudios de comunicación y estudios de género/teoría feminista se presenta como doblemente provocativa ya que tanto unos como otra proponen miradas, recortes, dispositivos que disputan los sentidos establecidos por la ciencia tradicional y optan por los saberes de frontera, por las grietas, los intersticios, las intersecciones, mostrando de qué manera la idea de una *objetividad fuerte*, tal como postula el punto de vista feminista, no solamente se presenta como opuesta a la tradicional noción de objetividad ( masculina, patriarcal y androcéntrica) sino que permite explicar problemas atendiendo la óptica de actores antes no tenidos en cuenta, escuchando voces históricamente silenciadas, otorgando la palabra en lugar de hablando por otros y otras. Finalmente, la categoría de experiencia aporta una herramienta insoslayable en la producción del conocimiento, otorgando a los sujetos situados (tanto a quien investiga como a quienes son parte de la investigación) un rol fundamental en el proceso de investigar.

### **Notas**

- (1) De acuerdo con Thompson, las formas simbólicas son acciones, objetos y expresiones significativas en relación a contextos y procesos específicos socialmente estructurados dentro de los cuales y por medio de los que esas formas simbólicas son producidas, transmitidas y recibidas (Thompson, 1995, p. 181).
- (2) Un artículo ampliado y detallado sobre esta investigación puede consultarse en El ingreso de la agenda feminista a la agenda de los medios. *La Trama de la Comunicación*. 20 (2), 2016.
- (3) Según Deleuze (1987), los acontecimientos marcan una diferencia en el orden de los días, en el transcurrir de la vida. Frente a la indiscernibilidad que caracteriza a las singularidades en el seno del caos, el acontecimiento introduce un orden, una secuencia, un punto de referencia gracias al cual ingresamos en el universo del sentido.
- (4) De acuerdo con Greimas (1987), la isotopía es una figura retórica que consiste en la agrupación de campos semánticos que forman redes de coherencia semántica en un texto, que partiendo del nivel semántico, se manifiesta en el nivel léxico y en el sintáctico.

### **Bibliografía**

- BACH, Ana María (2010). *Las voces de la experiencia. El viraje de la filosofía feminista*. Buenos Aires: Editorial Biblos.
- DELEUZE, Gilles (1987). *Foucault*. Barcelona: Paidós Ibérica.

- FERNÁNDEZ HASAN, Valeria (2016). El ingreso de la agenda feminista a la agenda de los medios. *La Trama de la Comunicación*. 20 (2). Rosario: Escuela de Comunicación Social. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales. Universidad Nacional de Rosario. Disponible en <http://www.latrama.fcpolit.unr.edu.ar/index.php/trama/article/view/588/434>.
- FERNÁNDEZ HASAN, Valeria (2011). Balance de los Estudios Culturales en América Latina. La ruta de la Comunicación en la definición de objeto. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*. Número Especial. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Disponible en [http://www.ucm.es/info/nomadas/MT\\_americalatina/index.html](http://www.ucm.es/info/nomadas/MT_americalatina/index.html)
- FOLLARI, Roberto (1999). Comunicología latinoamericana: disciplina a la búsqueda de objeto. *Fundamentos en Humanidades*. 1. San Luis: UNSL.
- GREIMAS, Algirdas Julien (1987). *Semántica estructural. Investigación metodológica*. Madrid: Gredos.
- HARAWAY, Donna (1988). Conocimientos situados: la cuestión de la ciencia en el feminismo y el privilegio de la perspectiva parcial. *Estudios Feministas*, 14 (3).
- HARDING, Sandra (1996). *Ciencia y feminismo*. Madrid: Ediciones Morata.
- MARQUES DE MELO, José (2001). Identidad del campo de la comunicación: estrategias para salir del gueto académico. *Diálogos de la Comunicación*. 62. Lima, Perú.
- MARTINO, Luiz (2001). Elementos para una epistemología de la comunicación. En Vasallo de Lopes, M. Immacolata y Fuentes Navarro, Raúl (comps.), *Comunicación, campo y objeto de estudio*. Guadalajara, México: ITESO.
- PEREIRA, José Miguel (2005). La Comunicación: un campo de conocimiento en construcción. Reflexiones sobre la comunicación social en Colombia. *Investigación y desarrollo*. 13 (2). Colombia: Uninorte.
- PINEDA DE ALCÁZAR, Migdalia (2001). Las teorías clásicas de la comunicación: Balance de sus aportes y limitaciones a la luz del siglo XXI. *Opción*. 17 (36). Venezuela: Universidad del Zulia.
- RICH, Adrienne (1986 [1976]). *Of Woman Born. Motherhood as Experience and Institution*. NY: Norton.
- SCOTT, Joan (1991). Experiencia. *La Ventana*. 13. México: Universidad de Guadalajara.
- SCHRAMM, Wilbur, (1972). The process and effects of mass communication. En Schramm and Roberts, eds. *Process and effects of mass communication*. Chicago: Urbana, University of Illinois.
- SMITH, Dorothy (1974). Women's Perspective as a Radical Critique of Sociology. *Sociological Inquiry*. 44. NY: Alpha Kappa Delta.
- STONE-MEDIATORE, Shari (1999). Chandra Mohanty y la revalorización de la experiencia. *Revista Hiparquia*. 10 (1). Buenos Aires: Asociación Argentina de Mujeres en Filosofía.

THOMPSON, John (1995). *Ideología y cultura moderna: teoría social crítica en la era de los medios de comunicación de masas*. Río de Janeiro: Vozes.

WACC (2016). *¿Quién figura en las noticias? Argentina. Proyecto de Monitoreo Global de Medios*. Toronto: WACC.