

# Discusiones pendientes sobre los sentidos asociados a la Violencia Mediática en la región

por **Paula Alicia Morales Monguillot**

## Resumen

Este artículo retoma algunos avances de investigación del proyecto doctoral "Violencia Mediática: un abordaje sociosemiótico sobre el tratamiento del Género en el discurso radiofónico".

Situado en el campo problemático de los estudios en Comunicación y Género, el artículo aborda la Violencia Mediática [VM] en tanto categoría analítica que opera como significante social y materializa sentidos socialmente arraigados en nuestra cultura. Desde una posición de interdisciplinariedad entre la sociosemiótica, los estudios de comunicación social y la perspectiva de género, retoma la definición legal actual de Violencia Mediática, y a partir de allí indaga sobre las maneras en que dos legislaciones argentinas vigentes –conocidas como "Ley de medios" y "Ley de prevención contra la violencia de género"– la definen y modelan los sentidos a ella asociados.

En este recorrido se pregunta, particularmente, por las concepciones sobre medios y violencia que entran en juego en la semiosis social, a través de la categoría en cuestión, y para tal propósito contextualiza el surgimiento de la categoría VM en el campo de estudios en Comunicación y Género en la región, y recupera a los Encuentros Nacionales de Mujeres como espacio de disputa de sentidos, sobre los alcances y las potencialidades del término.

## Palabras clave

Violencia Mediática - encuentros nacionales de mujeres - Latinoamérica

## Abstract

*This article incorporates some advances doctoral research project "Mediatic Violence (MV): A treatment approach sociosemiotic on Gender in the radio address".*

*Located in the problematic field of Communication and Gender Studies this paper addresses the Media Violence analytical category as significant operating as social and embodied ways socially ingrained in our culture.*

*From a position of interdisciplinarity between socio-semiotics, media studies and gender perspective takes the current legal definition of Media Violence, and from then explores the ways in which two current Argentine legislation-known as the "media" and "prevention Law against gender Violence" - define and model the senses associated with it.*

*This paper question particularly conceptions of media and violence that come into play in social semiosis through the category in question, and for that purpose contextualizes the emergence of the category MV in the field of Communication Studies and Gender in the region, and retrieves the National Meeting of Women as space senses dispute about the scope and potential of the term.*

## Keywords

Mediatic Violence - meetings National Women - Latin America

## Paula Alicia Morales Monguillot

moralesspaula@gmail.com

Licenciada en Comunicación Social, con especialidad en Investigación y Planeamiento en Comunicación Social. Diplomada en Medios de Comunicación, Violencia Intrafamiliar y Equidad de Género y

Artículo:

Recibido: 15/02/2013

Aceptado: 19/03/2013

en Desarrollo Humano con Perspectiva de Género y Derechos Humanos. Doctoranda en Estudios de Género. Becaria de investigación, Secretaría de Ciencia y Tecnología (SECyT), Universidad Nacional de Córdoba (UNC), Argentina. Becaria ERASMUS MUNDUS, Instituto Universitario de Estudios de la Mujer, Programa Oficial de Doctorado en Estudios de las Mujeres y de Género, Universidad de Granada, España (2012-2013).

Iniciada la década del ochenta, Michèle Mattelart se pregunta en *Mujeres e Industrias culturales* (1982) sobre las formas de control social, y analiza la relación específica entre dos términos: Mujer y Media. Ambos son presentados por la definición dominante de la cultura de masas como dos universales, dos invariantes puestos en relación a través de lo que Mattelart denuncia como la concepción universalizante de los media.

Treinta años más tarde, las críticas a la concepción del mundo como un espacio conectado, integrador, una Aldea Global mantienen vigencia y renuevan el interés teórico en una doble valencia, que pretendemos aquí recuperar: por un lado, nos proponemos repensar los planteos que la comunicación crítica formula frente a la instrumentalización mediática que y donde los medios –como instrumentos tecnológicos autónomos– comienzan a ser pensados en tanto instituciones sociales (Mattelart, 1982). Los medios son mucho más que técnica al servicio de la comunicación humana de la época, son en términos de Eliseo Verón (2004: 194) "la conjunción de un soporte y un

sistema de prácticas de utilización, en tanto concepto sociológico y no tecnológico”.

Por otro lado, retomamos los aportes de Mattelart (1982: 7-8) para decir que “en relación directa con la concepción universalizante de los media, se tiende a considerar su carácter histórico como vinculado exclusivamente al momento en que los descubrimientos técnicos los hicieron posibles. Ahora bien, los media son unas instituciones situadas históricamente, en la medida en que la manera como sus tecnologías se inscriben en una sociedad determinada está condicionada por las necesidades de un sistema de poder y remite a la evolución de las formas de organización de la vida y de las instituciones, vinculada a los necesarios ajustes de un modo de producción de los bienes materiales”.

Recuperando ambas dimensiones de análisis (los medios como concepto tecnológico/sociológico, y el carácter histórico de la producción mediática) nos proponemos en adelante abordar la categoría violencia mediática (en adelante VM).

La violencia mediática es, según la definición legal que la incorpora como modalidad de violencia hacia las mujeres en la Ley Nº 26.485, “toda aquella publicación o difusión de mensajes e imágenes estereotipados a través de cualquier medio masivo de comunicación, que de manera directa o indirecta promueva la explotación de mujeres o sus imágenes, injurie, difame, discrimine, deshonre, humille o atente contra la dignidad de las mujeres, como así también la utilización de mujeres, adolescentes y niñas en mensajes e imágenes pornográficas, legitimando la desigualdad de trato o construya patrones socioculturales reproductores de la desigualdad o

generadores de violencia contra las mujeres”.

Sin embargo, esta definición está cargada de mucho más de lo que dice y su historia data de mucho antes que los debates en comisión para la redacción de la ley.

En 1975 se realizó en México la Conferencia Mundial de las Naciones Unidas, para el Año Internacional de la Mujer, y se aprobó un Plan de Acción Mundial para el Decenio de la Mujer, cuyo acápite sobre los medios de comunicación recomendaba el estudio del impacto de los medios en la población y la inclusión de mujeres en los diferentes estratos de empleo de las compañías de medios de comunicación. Cuatro años más tarde, la Asamblea General de Naciones Unidas aprobó la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer, obligando a los Estados parte a modificar los patrones socioculturales de discriminación por sexo. Posteriormente, fue en la IV Conferencia Mundial de la Mujer<sup>1</sup> donde 180 países suscribieron la Plataforma de Acción de Beijing y se comprometieron a combatir el sexismo en el lenguaje y en los medios de comunicación. Luego, la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la violencia contra la mujer estableció medidas específicas para los Estados referentes a la comunicación (punto g),<sup>2</sup> y alentó a los medios para elaborar directrices de difusión que contribuyan a erradicar la violencia contra la mujer en todas sus formas y a realzar el respeto a la dignidad de la mujer. Esta Convención avanzó en ampliar la errónea concepción respecto de lo privado como el ámbito de la violencia, apelando a todas las relaciones interpersonales y visibilizando aquellas perpetradas por cualquier persona en el ámbito de la comunidad, con lo que los

medios de comunicación quedaban claramente incluidos.

El término “violencia mediática” no apareció en estos documentos, aunque las interpretaciones del momento coincidieron en ubicar dichas recomendaciones sobre lo mediático en la categoría de Violencia Simbólica. A nivel nacional, la Ley Nº 26.485 es la primera normativa de la región latinoamericana en incorporar la categoría de Violencia Mediática.

En este contexto y, particularmente, desde 1986 emerge en la Argentina un espacio conocido como Encuentro Nacional de Mujeres (en adelante ENM). Los encuentros son ese espacio donde alrededor de treinta mil mujeres, diversas, debaten sobre lo político del género y hacen de lo personal una práctica política. Los encuentros también son, como los describen Alma y Lorenzo (2009), una práctica social consecutiva que se realiza en la Argentina desde hace ya 26 años.

Retomamos la apuesta política de las autoras al recuperar la historia de los ENM como un dar cuenta del movimiento social de mujeres que existe en nuestro país (Alma y Lorenzo, 2009: 14) y en ese recuento nos proponemos abordar los sentidos que se construyeron en los talleres de Comunicación y Género durante estos años, para situar la categoría de Violencia Mediática en un largo proceso previo de problematización sobre la relación mujer y medios.

Para este cometido haremos un corte diacrónico de estos 26 años en tres etapas: pos-dictadura (1986-1990), menemato (1991-2000) y los 2000 y el kirchnerismo (2000-2010). Proponemos esta lectura en clave de genealogía foucaultiana (Foucault, 1997), donde no nos interesa la búsqueda del origen de la categoría Violencia Mediática,

porque entendemos que la historia no es una descripción lineal, sino que optamos por recurrir a una mirada genealógica que nos permita determinar qué tipos de relaciones pueden ser establecidas entre las distintas formas de clasificación social, sin tener que recurrir a ninguna teoría última de causalidad, entendiendo que el estudio de la historia no es el de su desarrollo progresivo, sino el de sus diversos campos de constitución y validez (Foucault: 1997).

### Pos-dictadura

Desde el ENM de 1986 a 1990 los talleres presentaban una lectura sobre los medios como instrumentos de penetración ideológica que buscaban anular la participación y organización de la mujer. Al estar insertos en una dependencia cultural, que tiende a mantener el statu quo, se interpretaba que obedecían a valores e intereses de un modelo transnacional de comunicación a través de pautas culturales que nos oprimen y desvalorizan.

La funcionalidad de los medios con el sistema estaba garantizada operativamente cuando éstos al censurar, condenar y estigmatizar como anormalidad las transgresiones, gratificando ilusoriamente a las mujeres que se ajustaban a las imágenes propuestas como patrón, sostenían el modelo patriarcal.

Durante estos años, la crítica al rol nocivo que estaban desarrollando los medios para con las condiciones de vida libre de violencia de las mujeres, presentaban interesantes discusiones, que con el correr del menemato se fueron diluyendo. En este primer período las mujeres denunciaban que:

- El estereotipo no sólo asigna valores distintos a las categorías que se le impusieron a cada género, sino que su fin es la consolidación del poder económico en manos de los grupos dominantes (que detentan también el poder político), donde la discriminación social, laboral, científica de las mujeres que se salen del marco fijado, funciona también como reforzante del estereotipo.<sup>3</sup>

- La libertad de prensa no garantiza por sí sola la no discriminación de la mujer. Sufrimos doble discriminación (clase + sexo), somos co-protagonistas de los procesos históricos sociales, y sin embargo, debemos luchar por ser protagonistas fundamentales en la lucha por la conquista de los lugares de decisión en los medios masivos de comunicación. Estas discusiones estaban siempre en tensión con la autoconsciencia de que el hecho de que las mujeres actuemos dentro de los medios no garantiza una real modificación, porque existe una línea o política de intereses que condicionan toda la programación. La única garantía no es la propiedad de los medios, sino también generar espacios propios.

Las denuncias sobre el funcionamiento mediático visibilizaban estrategias que iban desde plantear cambios intrascendentes que no cambiaban nada, informar desinformando, distraer y disimular la crisis económica y cultural, bombardear a la mujer y ubicarla en el lugar de receptora pasiva, ocultar la realidad de su vida cotidiana y las luchas que mantiene por sus reivindicaciones.

La imagen de mujer que se presentaba era la tradicional, de mujer “vacía, hueca, estereotipada”, o como objetos; ni protagonistas en la propiedad ni dirección de ningún medio, simples transmisoras de ideología, aunque de segunda categoría. Remitidas a la esfera de lo privado, y corriendo riesgo de vida si se atrevían a transgredir esta distinción, quedaban relegadas a recibir mensajes que elaboran otros.

Dentro de las propuestas, es interesante rescatar las siguientes y ubicarlas en los planos de:

Formación: educación popular que brindase posibilidades reales de ingreso y permanencia, y fomenta cambios profundos.

Producción: sobre la base de identificar una problemática específica de las mujeres, que se manifestaba en diferentes realidades regionales y sociales, y considerando que los medios debían reflejarla a través de un lenguaje propio, se pensaba en crear cooperativas editoriales para difundir una imagen real de la mujer en los medios (trabajo, aspiraciones, posibilidades, situación económica, educación, entre otros), reformular lo femenino y sus pautas, y contar con instrumentos como una encuesta nacional sobre los temas que interesan a la mujer para ser divulgados por éstos. Para este objetivo se barajaba la posibilidad de utilizar medios comunitarios o alternativos como estrategia inmediata y sistemática para difundirla.

En segundo nivel se proyectaba que en los medios participen mujeres comprometidas con la problemática femenina.

**Activismo:** realizar un boicot a los productos que denigran a la mujer desde la publicidad, una jornada nacional de no encendido de televisores el 8 de marzo, protestas por la emisión de programas que deforman la imagen real de la mujer, marcha hacia la puerta de los canales y hacer una red de comunicadoras, ya que la atomización y desconexión de las mujeres y las instituciones dedicadas a su promoción también son formas de aislamiento que favorecen la permanencia del estereotipo.

**Políticas Públicas:** se exigía la inclusión del tema de la mujer en el proyecto de ley de radiodifusión y la creación de una comisión dependiente de la Secretaría de Prensa y Difusión de la Nación que asesorase y regulase el discurso de los medios en el tratamiento del tema de la discriminación de la mujer.

### El menemato y sus coletazos

En un contexto de luchadoras sociales procesadas e impune distribución de la pauta oficial, censura a periodistas y distorsión de mensajes para fines comerciales, durante este período en los ENM los medios tomaban la forma de monopolios que obstaculizaban el tratamiento de la problemática de género. La concentración mediática avasalla el derecho ciudadano de acceso a la información y la libertad de expresión y, a través de un bombardeo informativo, masifican al pueblo y responden a grupos de poder hegemónicos.

Las mujeres interpelan al pueblo en pasar de consumir a producir, a rechazar la insistencia de la mujer como objeto que, a través del estereotipo, responde

a una estrategia de la sociedad de consumo.

El desafío se visualiza en concretar pautas en los medios alternativos, aún siendo conscientes de que la mujer que trabaja en un medio no tiene poder allí, y que el solo hecho de ser mujer no garantiza la posición ideológica a favor de las mujeres populares, porque muchas de las que sí están en los medios ganan bien y no van a jugarse por las otras mujeres.

En este período denuncian que el recorte de la mujer en los medios pasa por lo económico, a todas las acciones que cuestionen el modelo, y por el poder de lo patriarcal que delimita lo femenino a lo superficial, tanto en los medios masivos como en los de corto alcance.

Las estrategias mediáticas de marginación de la mujer en los medios quedan en evidencia y los ENM son espacios para explicitar que se silencia el protagonismo de la mayoría de las mujeres que cumplimos múltiples roles: trabajadoras, madres, activistas, esposas, economistas. La forma que toma el silenciamiento es la censura y la privatización.

Aparece un nuevo estereotipo de mujer en los medios, que se suma al de mujer adorno, y es el de la mujer agresiva, omnipotente y competitiva. Sigue faltando la representatividad de la mujer en los medios, como lo tiene en la política, en el caso de la ley de cupos.

Dentro de las propuestas, se destacan el activismo, la producción y la formación, que se unen integralmente en el planteo de las mujeres. Ante los estereotipos, se proponen hacer programas propios que tomen los problemas específicos de la mujer y sus opiniones en todos los órdenes (deporte, política, economía, salud, ecología), superando el modelo tradicional:

cocina-moda-belleza. Para generar estos espacios de comunicación era necesario partir de un horizonte común que se definió como el de la igualdad con los hombres, en número, decisión y ejecutividad en el plano de la comunicación. La lucha por más espacio en los medios donde desarrollar nuestro potencial intelectual y creativo se unió al activismo que proponía como pilar la formación barrial y comunitaria.

Unir experiencias para combatir la desinformación se convirtió en la fórmula más apropiada, y el acceso a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC) para la consolidación de redes asumió relevancia en los planteos. Tal es así que se propuso declarar el 10 de octubre como día de la reafirmación de las redes de medios de comunicación, con la intención de dedicar los días 10 de cada mes a las problemáticas locales, regionales y nacionales con nuestra mirada.

Respecto de las políticas públicas, y en repudio a las privatizaciones y la imposición de la capital al interior en los mensajes y las programaciones, se exigía al Estado el control de la aplicación de la legislación vigente sobre la eliminación de todo tipo de discriminación en los medios de comunicación, la realización de campañas de difusión, la articulación de comunicación/ educación en el sistema formal y con espíritu crítico, y la elaboración de una ley de radiodifusión que contemplara a las FM ante el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER).

### Los 2000 y el kirchnerismo

En un contexto inicial de profunda crisis, donde la crítica abordaba los fundamentos del sistema económico y, en particular, los ajustes sobre educación, salud y trabajo, se percibe en las conclusiones de

los talleres una percepción de Estado ausente que, en materia de comunicación, coacciona y manipula la información, precariza laboralmente compañeras que trabajan en los medios, generando situaciones de inequidad frente a los lugares que ocupan en ellos y cristalizando la distribución de puestos jerárquicos de decisión y redacción para varones.

Los multimedios han vaciado de contenidos políticos la cultura y la educación, configurando sujetos apolíticos, distorsionando y manipulando la información. Las mujeres se proponen no avalar esto con el silencio, ni asumir pasivamente el paso que nos imponen, de sujetos a clientes.

Durante estos años el poder que ejerce la iglesia queda al descubierto en su vinculación con los grupos económicos y los intereses políticos dominantes, condicionando la información que circula. Este proceso de reproducción de intereses económicos, políticos e ideológicos de las clases dominantes se asocia con el proceso de control social y concentración mediática, que como fecha paradigmática podría situarse en 1976.

Las mujeres denuncian que se les dificulta llegar a trabajar en un medio de comunicación y sobrevivir en él, y cuando logran mantenerse allí son vinculadas a tareas que reproducen el paradigma patriarcal, acompañando, suplementando o adornando al hombre. Denuncian también un pseudo discurso progresista y la naturalización de la pobreza y la violencia dentro de los medios, como así también los estereotipos de la mujer. Ejercen poder en la hegemonía del discurso.

Ante la imposición de estereotipos falsos, idealizados e utópicos y programas que promueven conductas que significan faltas de respeto y atentan a la dignidad e igualdad de las personas, las mujeres apelan a un espíritu crítico para decidir qué escuchar y de qué medios.

Aún contando con un alto porcentaje de trabajadoras en los medios, los modelos de mujer que se muestran no representan a la mujer real.<sup>4</sup> Hay una construcción de un modelo de mujer realizada por los medios masivos que minimiza a las mujeres, las reduce a objetos y/o relativiza su condición de sujeto pensante, íntegro e independiente. La imagen de la mujer objeto sexual es un atentado contra los derechos humanos, y la explotación de la imagen de la mujer, como objeto sexual, para la venta de productos diversos se ha vuelto una constante.

La voz de las mujeres no tiene por lo general lugar y cuando ingresa al discurso mediático lo hace desde el lenguaje sexista. Las mujeres exigen que haya un debate en los medios de comunicación sobre la despenalización del aborto.

Respecto de la producción propia de contenidos, subsiste la idea de conformar una red de contra-información vía *mail*, aún ya contando con la conocida Red Informativa de Mujeres de Argentina (RIMA), y de acceder a los grandes medios, a través de periodistas que acuerdan con nuestra lucha; así como de formar cooperativas editoriales, en el marco de interesantes experiencias de empresas recuperadas.

El activismo puede identificarse en varios niveles: uno individual, que consistiría en por ejemplo, luchar contra el *rating* apagando radio y TV, asumimos como receptoras

activas y comprometidas. Analizar la publicidad /propaganda y el lenguaje dentro de la comunicación. Denunciar publicidades sexistas y discriminatorias. Otro, de presión colectiva sobre los anunciantes de programas que denigran a la mujer (no comprar sus productos o denunciarlos) y apoyar programas que fomenten valores que muestren la riqueza de la creatividad femenina y su efecto multiplicador, así como también exigir a los medios la exacta difusión de las leyes tendientes a mejorar la calidad de vida de las mujeres, contempladas por la OMS: educación sexual y salud reproductiva. El tercero implica la apropiación de los medios y recuperación de la memoria, en el marco de una transformación en el proceso de comunicación.

Respecto de las políticas públicas, se demanda al Estado una nueva ley que contemple el acceso de grupos minoritarios, apoye a los medios alternativos que ya están y genere condiciones para el surgimiento de nuevos, garantice un acceso equitativo a las mujeres, brindando así la misma posibilidad de participación a distintas mujeres en la producción mediática, capacite a quienes fueron marginados de la educación formal y de las NTIC, fomente la producción local, propicie veedurías de medios, un uso del lenguaje de género neutro o inclusivo y la planificación de agendas que contemplen temáticas de género de manera transversal y en todos los ámbitos.

### **Violencia mediática. Una respuesta legal**

La definición legal de la VM estructuró un andamiaje de significaciones que le dieron sustento

y, a la vez, margen de acción. Sin embargo, la *doxa*<sup>5</sup> en el momento de su origen puso en diálogo diversos discursos y revitalizó discusiones que excedieron lo jurídico y versaron sobre la violencia simbólica, el poder del Estado y la tensión filosófica por el poder, aquel que se manifiesta a través del lenguaje de odio (Butler: 2004) y juega su partido en los intersticios de la trama en la que conviven tanto la norma y sus discursos moralizantes, como la práctica cultural naturalizada que la reproduce.

En un contexto de 176 femicidios y femicidios vinculados de mujeres y niñas durante 2009,<sup>6</sup> y una histórica lucha por el movimiento de mujeres de la Argentina, de la que da cuenta el recorrido anterior por los ENM, el 1° de abril del mismo año se sancionó la Ley N° 26.485 de Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales. El concepto de integralidad que transversaliza el cuerpo de la ley es de avanzada en el plano regional, y la incorporación de las modalidades de los cinco tipos de violencia (física, psicológica, sexual, económica y patrimonial, y simbólica) reflejan un esfuerzo de articulación entre los ámbitos académico, político, legislativo y activista, de subrayada importancia. Esta normativa da cuenta de la complejidad e imbricación de las múltiples violencias que someten a las mujeres al relacionarse en el ámbito público y privado, en el marco de restricciones sutiles, pero también expresas; y reconoce además el avance pionero de tratados internacionales en la materia.<sup>7</sup>

Seis meses más tarde y tras arduos debates legislativos se sancionó la Ley N° 26.522 de Servicios

de Comunicación Audiovisual, conocida como la “Ley de medios”. Al momento de su reglamentación, un año posterior, el apartado 9 del Capítulo 1° definía a los medios de comunicación como actores con un cometido indispensable en el desarrollo de la sociedad de la información, importantes contribuyentes a la libertad de expresión y la pluralidad de la información.

En lo que respecta a la radiodifusión sonora es interesante reparar en que considera por tal a “toda forma de radiocomunicación, primordialmente unidireccional, destinada a la transmisión de señales de audio sobre la base de un horario de programación, para ser recibidas por el público en general de manera libre y gratuita, mediante la utilización del espectro radioeléctrico”.<sup>8</sup>

Retomamos esta definición porque queremos problematizar una concepción del medio como concepto puramente tecnológico que parecería estar implícita en ambas normativas, dejando por fuera el nivel de la ideología (Hall, 1981: 366), que en el sistema mediático construye lo legítimo, lo verdadero, lo real, o lo abyecto.

Así, la noción de medios que impregna el texto y da sentido a la definición de VM considera a los medios desde una concepción tecnológica, como plataforma de comunicación social que transmite y reproduce. Al comprender a los medios como constructores de lo real, como espacio de disputa donde se juegan microfísicas del poder (Foucault: 1992), nos habilitamos epistemológicamente a dar cuenta de las bases del funcionamiento social, sin desconocer por supuesto la dimensión técnica de dicha construcción. Reparar además analíticamente en “el nivel de la discursividad, donde el sentido

manifiesta sus determinaciones sociales y los fenómenos sociales revelan su dimensión significativa” (Verón, 1987: 126-134), amplía la perspectiva que legalmente se nos propone para entender la VM.

Retomando la noción del medio, en tanto concepto sociológico, es posible complejizar la definición de VM y sus alcances jurídicos en un marco de procesos de mediatización, donde los sujetos participan de manera dialógica (Bajtín, 1982), ligados a los procesos de subjetivación que Gloria Bonder (2002: 10) puntualiza como los de “engenerarse en y a través de una red compleja de discursos, prácticas e institucionalidades”, en la trama de la circulación social (y de la lucha) del sentido.

El único indicio de esta dimensión ideológica podemos encontrarlo en el artículo 3°, inciso i) de la ley de medios, donde se explicita la participación de los medios de comunicación como formadores de sujetos, de actores sociales y de diferentes modos de comprensión de la vida y del mundo, con pluralidad de puntos de vista y debate pleno de las ideas. Se trata de una delicada tensión. Unas normativas que se pretendan democráticas como las actuales se debaten filosóficamente entre la libertad de expresión y la restricción de contenidos por razones xenofóbicas, misóginas, religiosas, etcétera. La definición del artículo 3°, antes citado, permitió completar algunos vacíos de sentido que la Ley N° 26.485 mostró al momento de su sanción. La normativa que rige el funcionamiento de los medios masivos de comunicación fue sumamente oportuna a la hora de concretizar de qué estábamos hablando cuando nos referíamos a Violencia Mediática.

Ambas normativas se complementan necesariamente.

La ley de medios estableció en su reglamentación algunos puntos clave respecto del género, de su tratamiento e implementación, y desde allí un claro campo de posibilidades y restricciones, que Butler (2004: 37) definiría como campo lingüístico de restricciones y posibilidades, y que podríamos conceptualizar a este propósito como campo significativo de restricciones y posibilidades sobre la Violencia Mediática.

Volviendo a la ley de violencia contra las mujeres, el decreto reglamentario de la VM se plantea prevenir, sancionar y erradicar la difusión de mensajes o imágenes que inciten a la violencia, el odio o la discriminación contra las mujeres; tiendan a perpetuar patrones sexistas de dominación masculina o alienten la exhibición de hechos aberrantes como la intimidación, el acoso y la violación; estimulen o fomenten la explotación sexual de las mujeres; y/o contengan prácticas injuriosas, difamatorias, discriminatorias o humillantes a través de expresiones, juegos, competencias o avisos publicitarios. El espectro es tan amplio que todo podría leerse como VM. Sin embargo, en el mismo texto y a la hora de reglamentar el artículo referido a las políticas públicas,<sup>9</sup> la Secretaría de Medios de Comunicación de la Nación no reglamenta ni dispone de recursos para impulsar la difusión de mensajes y campañas permanentes de sensibilización y concientización, la promoción en los medios masivos de comunicación del respeto por los derechos humanos de las mujeres y el tratamiento de la violencia desde la perspectiva de género; la capacitación a profesionales de los medios masivos de comunicación

en violencia contra las mujeres; ni la promoción y la difusión de campañas publicitarias para prevenir y erradicar la violencia contra las mujeres.

El único apartado que está desarrollado en la reglamentación es el de alentar la eliminación del sexismo en la información. En este punto, el eje está en definir el sexismo<sup>10</sup> y se da por hecho que el plano de interés es el de la difusión, o sea, lo que circula para su difusión, sin reparar nuevamente en ninguna de las condiciones sociales y culturales que la modalidad de VM anuncia como constitutivas de su ejercicio.

Por su parte la ley de medios no menciona en ninguno de sus capítulos la perspectiva de géneros, o al menos una perspectiva, de las múltiples que existen a nivel teórico sobre la materia. Por lo tanto, tampoco obliga a quienes producen contenidos a reparar en aplicar la perspectiva de género en sus producciones. La distancia es sutil. El texto de ley indica que quienes produzcan contenidos deberán “promover la protección y salvaguarda de la igualdad entre hombres y mujeres, y el tratamiento plural, igualitario y no estereotipado, evitando toda discriminación por género u orientación sexual”.<sup>11</sup> El planteo es, entonces, la discriminación por género, no la aplicación de la perspectiva en todas las dimensiones de lo mediático.

Esta aclaración viene al caso cuando entono con la ley, se actualiza el debate sobre la propiedad de los medios y su restricción gradual a partir de la norma. Sin embargo, no vemos ninguna referencia al acceso de las mujeres y otras identidades de género a la producción de contenidos

mediáticos.<sup>12</sup> Inclusive la referencia a la relación de las mujeres con los medios está planteada en el Plan de Acción de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (CMSI), en tanto capacidad de las mujeres (mejorable desde las políticas públicas) para utilizar los medios informativos y la comunicación, con el fin de desarrollar en mujeres y niñas la capacidad de comprender y elaborar contenido TIC.<sup>13</sup>

La intención de evitar la discriminación por género puede verse en las referencias a planos tan diversos como el apartado Medios de Comunicación,<sup>14</sup> los contenidos de programación<sup>15</sup> o los objetivos de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado.<sup>16</sup>

Aunque el planteo general sea un horizonte tan amplio como la promoción de la igualdad de género (sobre la base de los Objetivos del Milenio), tras la reglamentación sólo se destacan de manera visible algunos ámbitos circunscriptos a la forma de aparición de los femeninos en la programación o el uso del lenguaje sexista.

La incógnita sobre la responsabilidad de quienes van a producir contenidos respecto de la perspectiva de género sigue pendiente. Y pareciera que la tarea estaría cumplida si el tratamiento de temas de mujeres o uso de las imágenes de mujeres fuesen denunciados en el marco de la Ley N° 26.485 y revisados por parte de sus productores, en función de la ley de medios. La perspectiva así se circunscribe, una vez más, a los temas de mujeres.

No puede decirse de manera contundente que ambas leyes no muestren la intencionalidad política de incorporar a las mujeres en el

sistema mediático. Lo que estamos advirtiendo es la necesidad de que esa voluntad se traduzca en una inserción integral de la perspectiva de género en las políticas públicas. Señalamos, entonces, que una ley que habla de Violencia Mediática e Institucional, no puede desconocer las condiciones de producción de los discursos mediáticos, en el sistema de representaciones culturales actual.

La crítica que el movimiento de mujeres encabeza sistemáticamente desde hace años –como vimos–, desborda el análisis de contenidos o el empleo del lenguaje sexista. El sistema sexo-género puede afinar sus mecanismos sutiles en el plano del ejercicio de violencias mediáticas, aún eliminando el lenguaje sexista de su enunciación. En el XXIX ENM y antes de la reglamentación de ambas leyes las conclusiones fueron contundentes y, nuevamente, relegadas. Las mujeres se pronunciaron en repudio del sexismo en los medios de comunicación y la falta de producción de contenidos con perspectiva de género. Insistieron en que la ley por sí sola no garantiza la libertad de expresión y que incurre en ciertos vicios que son las históricas demandas del movimiento de mujeres, ya que no contempla:

- la situación de los trabajadores/as del medio, tanto estatal como privados, que sintetizaban como flexibilización, precarización;
- la falta de acceso a la realización de tareas y tomas de decisiones, la situación de las trabajadoras con respecto a la producción de ciertos temas (deportes, política), etcétera;
- el acceso equitativo de distintas mujeres en la producción mediática;
- la garantía de agendas que

contemplan temáticas de género de manera transversal y en todos los ámbitos.

En este marco, los medios se presentan cada vez más nítidamente como espacio de disputa de poder que es, a su vez, una dimensión –puntualmente la mediática– del sistema de relaciones sexo-genéricas que jerarquiza, excluye y discrimina a las mujeres.

¿Qué trayectoria, qué margen de continuidad o de ruptura cultural nos prometen estas normas a la hora de disputarle legitimidad a las raíces androcéntricas milenarias de nuestra cultura?

### Anclaje geopolítico

*Una viña repleta de uvas,  
un cañaveral bajo el sol en Cuba,  
soy el Mar Caribe que vigila las casitas.*  
Calle 13

Esta visión crítica de las normativas intenta desafiar los límites de lo posible y lo pensable, y proponer cambios en el plano que día a día construye realidad: el mediático. Si bien las normativas podrían ser más precisas en los puntos mencionados, es interesante situar geopolíticamente ambas leyes en una postal latinoamericana, donde las condiciones de producción de los discursos sobre VM son diversas y polémicas.

El espectro va desde un plano que podría agrupar a Colombia, donde la censura está instalada y el periodismo entraña riesgos para quienes ejercen esa profesión; Costa Rica (2012), que debate el tema en el Foro “El Periodismo en el Siglo XXI: La Seguridad Ciudadana y los desafíos éticos en el tratamiento mediático de la Violencia en Costa Rica”, y Puerto Rico, en el ámbito de la Universidad; Cuba, donde el

periodismo denuncia que tras los nuevos despliegues tecnológicos sobreviven los viejos contenidos; y Perú, que modifica su código penal para castigar publicación de contenidos obscenos (2012). Siguiendo con México, que debate en el Senado una iniciativa para prohibir la transmisión de publicidad que degrade o discrimine a las mujeres y las muestre como un estereotipo negativo, y donde de once iniciativas sólo se han aprobado dos;<sup>17</sup> Nicaragua (2011), donde los diputados retiraron del proyecto de ley la figura de “violencia mediática” (idéntico al nuestro) y que penalizaba a los dueños del medio o al periodista en función; Ecuador, donde el proyecto de Ley Orgánica de Comunicación regula contenidos violentos y responsabiliza a los medios, vinculándolos con el sector económico-financiero privado; y Venezuela, que a través de la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia define Violencia Mediática, plantea un programa de prevención en medios de difusión masiva y multa con pago y disculpas públicas.

Este recorrido propone seguir repensando la cuestión, con algunos elementos más a la hora de ubicar y reconstruir las condiciones de producción socio-históricas que nuestra legislación dispone y los aportes que el movimiento de mujeres está haciendo en materia de comunicación y género y, particularmente, las denuncias sobre las condiciones de producción que permiten al discurso mediático el despliegue de estrategias enunciativas sexistas, misóginas y androcéntricas ya conocidas por todos, en complejos procesos regionales de producción y análisis cultural.

## Notas

- 1 Entre el 4 y 15 de septiembre de 1995 en Beijing, China.
- 2 Convención de Belém Do Pará Adoptada en Brasil el 9 de junio de 1994 y ratificada por argentina el 5 de julio de 1996.
- 3 En el II ENM (1987) realizaron un inventario de estereotipos e hicieron una descripción minuciosa de sus características generales: son contradictorios y paralizantes. La heterosexualidad es impuesta en ellos como normalidad. Conforman un patrón cultural más o menos universal, aunque varían de acuerdo a las clases sociales. Son un modelo establecido y normatizado, a través de pautas culturales que la mujer, en tanto género, internaliza, actúa y transmite consciente o inconscientemente. Conforman un modo de ser mujer y de ser varón. Siguen el canon de belleza de los países dominantes.
- 4 Proponen presentar a la mujer en los roles en que trabaja: casa, profesión, deportista, científica, y no como un modelo estereotipado de mujer perfecta: delgada, joven y atlética, que responde al paradigma tradicional de la sociedad patriarcal, donde la misma mujer objeto de consumo es ama de casa, puede todo, es madre, es objeto sexual, entre otros roles.
- 5 Se puede hablar de una *doxa* como de un común denominador social, repertorio tópico ordinario de un estado de sociedad (Angenot, 1982: 12).
- 6 Informe de Investigación de la Asociación Civil La Casa del Encuentro: "Femicidios en Argentina", 1º de enero al 15 de noviembre de 2009.
- 7 Nos referimos aquí a la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer, ratificada por nuestro país en 1994; la Convención sobre Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer; la Recomendación General N° 19 del Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer; los demás Tratados Internacionales de Derechos Humanos y las observaciones y

recomendaciones que efectúen sus respectivos órganos de aplicación.

8 Art. 4. Definiciones.

9 Título II. Políticas Públicas. Capítulo III. Art. 11.

10 Artículo 11, apartado 8, inciso d) (Decreto Reglamentario N° 10111/10): "En los términos de la presente reglamentación se entenderá por 'sexismo' toda expresión, oral, escrita, gráfica o audiovisual, que naturalice las diferencias construidas social e históricamente entre los sexos, justificando situaciones de desventaja y discriminación de las mujeres, fundadas en su condición biológica".

11 Art. 3. Objetivos. Inciso M).

12 El 10 de noviembre de 2009, los medios de comunicación del mundo fueron objeto de escrutinio durante el cuarto proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP). El GMMP es la investigación longitudinal y la iniciativa más amplia y grande en el mundo que aborda la cuestión de género en los medios noticiosos. Los resultados que aparecen en el informe son preliminares, basados en una muestra de 42 países de África, Asia, América Latina, el Caribe, islas del Pacífico y Europa. El Proyecto de Monitoreo Global de Medios es coordinado por la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC, por sus siglas en inglés), una ONG internacional con oficinas en Canadá y Reino Unido. La investigación, que realizó el GMMP en la Argentina, estuvo coordinada por Marcela Gabioud y Claudia Florentin junto con la sede de Mar del Plata del Instituto Movilizador de Fondos Cooperativos. Algunos de los hallazgos: en general, el número de noticias a cargo de reporteras es mucho menor en comparación con el número de noticias a cargo de reporteros.

13 Capítulo 1. Plan de Acción de la CMSI. Art. 23, inciso h): "Reforzar los programas de planes de estudios con un componente de género importante, en la educación oficial y no oficial para todos, y mejorar la capacidad de las mujeres para utilizar los medios informativos y la comunicación, con el fin de desarrollar en mujeres y niñas la capacidad de comprender y elaborar contenido TIC".

14 Capítulo 1. Art. 1. Apartado 9, inciso e), cuando establece la obligación de promover una imagen equilibrada y variada de las mujeres y los hombres en los medios de comunicación. Aquí nos gustaría hacer una breve referencia a la diferencia entre equilibrio y equidad. La autora Isabel Santa Cruz (1992) reflexiona sobre el concepto de igualdad, comienza por distinguirla del igualitarismo que equipara a las mujeres al canon masculino y sostiene el sexismo, propone situarnos en el horizonte de la igualdad política y, en este punto, avanza en su dimensión horizontal, en tanto dé cuenta de las diferencias entre iguales. El concepto de equilibrio empleado en la Ley N° 26.522 parece más cercano a la primera noción de igualitarismo que a la de Igualdad Política Horizontal, donde siendo iguales sostenemos caracteres comunes en el marco de relaciones equitativas.

15 Capítulo V. Contenidos de la programación. Art. 70: "La programación de los servicios previstos en esta ley deberá evitar contenidos que promuevan o inciten tratos discriminatorios basados en la raza, el color, el sexo, la orientación sexual, el idioma, la religión, las opiniones políticas o de cualquier otra índole, el origen nacional o social, la posición económica, el nacimiento, el aspecto físico, la presencia de discapacidades o que menoscaben la dignidad humana o induzcan a comportamientos perjudiciales para el ambiente o para la salud de las personas y la integridad de los niños, niñas o adolescentes".

16 Art. 119. Creación de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado (RTA SE), que tiene a su cargo la administración, operación, desarrollo y explotación de los servicios de radiodifusión sonora y televisiva del Estado nacional.

17 La reforma a la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, para que los medios de comunicación elaboren directrices adecuadas de difusión con respecto a la atención, prevención y erradicación de la violencia en todas sus formas, así como la Ley para prevenir y sancionar la Trata de Personas.

## Bibliografía

- ALMA, Amanda y LORENZO, Paula. *Mujeres que se encuentran*, Buenos Aires, Feminaria, 2009.
- ANGENOT, Marc. *La Parole pamphlétaire. Contribution à la typologie des discours modernes*, París, Payot, 1982.
- BAJTÍN, Mijail. *Estética de la creación verbal*, Buenos Aires, Siglo XXI, 1982.
- BONDER, Gloria. "Género y subjetividad: Avatares de una relación no evidente", en: *Género y Epistemología: Mujeres y Disciplinas*, Chile, 1998.
- BUTLER, Judith. *Lenguaje, poder e identidad*, Madrid, Síntesis SA, 2004.
- FOUCAULT, Michel. *Nietzsche, la genealogía, la historia*, Valencia, Pre-textos, 1997.
- HALL, Stuart. "La cultura, los medios de comunicación y el efecto ideológico", en CURRAN James et ál. *Sociedad y comunicación de masas*, México DF, FCE, 1981.
- Ley N° 26.485 de Protección Integral para Prevenir, Sancionar, y Erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales. Disponible en:  
[http://www.cnm.gov.ar/LegNacional/Ley\\_26485.pdf](http://www.cnm.gov.ar/LegNacional/Ley_26485.pdf) [consulta: 21 de junio de 2013].
- Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. Disponible en:  
<http://www.comfer.gov.ar/web/ley26522.pdf> [consulta: 21 de junio de 2013].
- MATTELART, Michèle. *Mujeres e Industrias culturales*, Barcelona, Anagrama, 1982.
- RUBIN, Gayle. "El tráfico de mujeres. Notas para una economía política del género", en *Nueva antropología*, N° 30, noviembre-diciembre de 1986.
- VERÓN, Eliseo. *La semiosis social*, Barcelona, Gedisa, 1987.
- *Fragmentos de un tejido*, Barcelona, Gedisa, 2004.