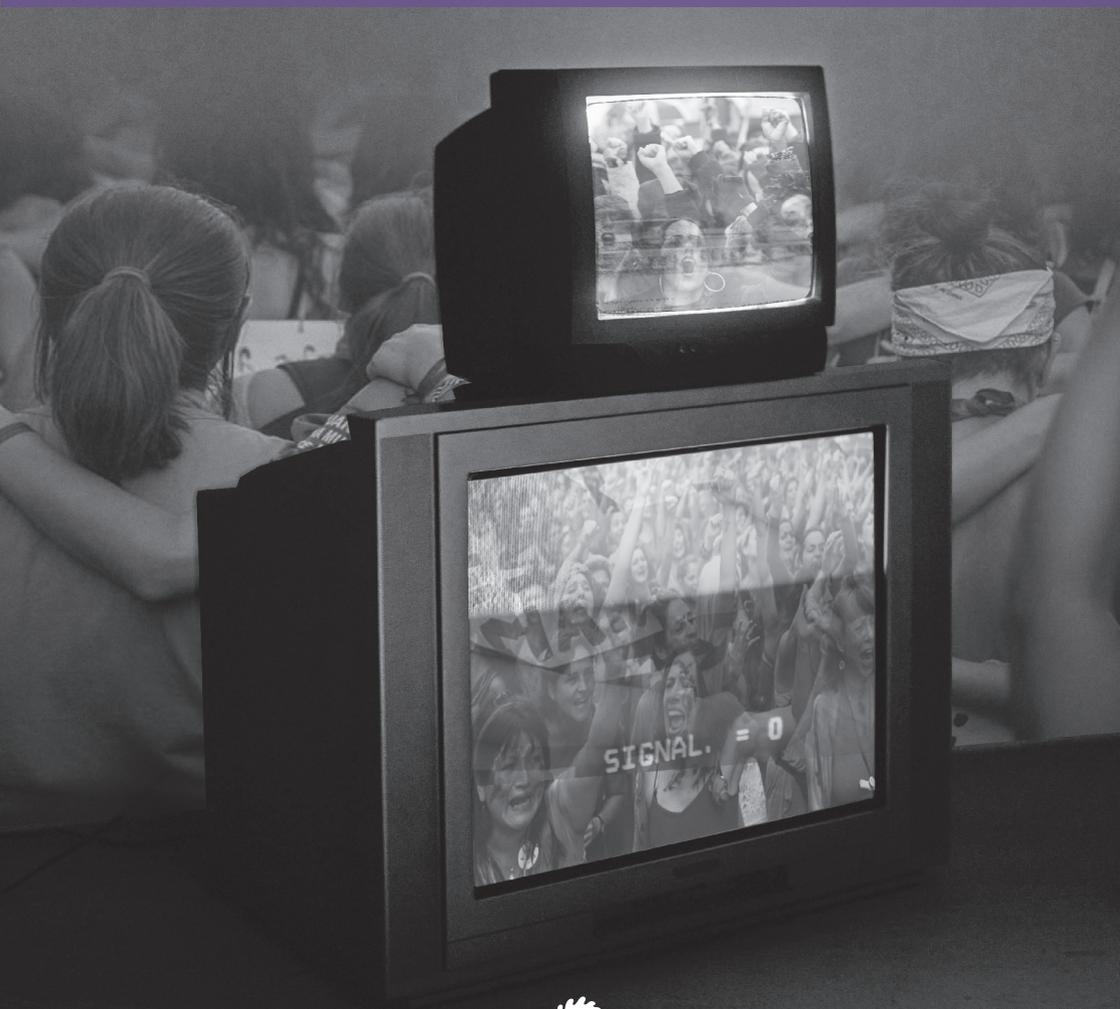


Secretaría de Género de la Facultad
de Periodismo y Comunicación Social

(Re)Hacer los medios

Comunicación en clave feminista




EduLP

género

(Re)Hacer los medios
Comunicación en clave feminista

(Re)Hacer los medios
Comunicación en clave feminista

**SECRETARÍA DE GÉNERO
DE LA FACULTAD DE PERIODISMO
Y COMUNICACIÓN SOCIAL
(UNLP)**



(Re)Hacer los medios : comunicación en clave feminista / Florencia Saintout ... [et al.] ; contribuciones de Ana Victoria Carbonetti ; Julian Tróccoli ; Juliana Novello. - 1a ed.

-

La Plata : EDULP, 2022.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-8475-68-4

I. Comunicación. I. Saintout, Florencia. II. Carbonetti, Ana Victoria, colab. III.

Tróccoli, Julian, colab. IV. Novello, Juliana, colab.

CDD 302.2308



EDITORIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA (EDULP)

48 N.º 551-599 4º piso / La Plata B1900AMX / Buenos Aires, Argentina

+54 221 644-7150

edulp.editorial@gmail.com

www.editorial.unlp.edu.ar

Edulp integra la Red de Editoriales de las Universidades Nacionales (REUN)

Primera edición, 2022

ISBN 978-987-8475-68-4

Queda hecho el depósito que marca la Ley 11723

© 2022 - Edulp

Índice

Prólogo	
<i>Florencia Saintout</i>	7
Introducción	
<i>Delfina García Larocca</i>	10
Capítulo 1	12
La extraña costumbre de excluir	
<i>Miriam Lewin</i>	
Capítulo 2	15
Por una comunicación transfeminista, interseccional y derechos humanos	
<i>Claudia Vásquez Haro</i>	
Capítulo 3	22
<i>Te amo, te odio, dame más. Feminismos y cultura masiva surfeando la cuarta ola.</i>	
<i>Carolina Justo von Lurzer</i>	
Capítulo 4	31
Desigualdades estructurales y de representación de géneros, los conflictos persistentes en el periodismo del siglo XXI	
<i>Cynthia Ottaviano</i>	

Capítulo 5	43
¿El lenguaje es inclusivo? ¿Podemos hablar el mismo idioma?	
<i>Liliana Viola</i>	
Capítulo 6	47
Gordes en el discurso social: estigma e identidad en la diversidad gorda	
<i>Lux Moreno</i>	
Capítulo 7	65
La dimensión política de las violencias contra las mujeres periodistas	
<i>Mariela Parisi</i>	
Capítulo 8	70
Feminismo y comunicación: una ardiente batalla cotidiana	
<i>Ayelén Sidun</i>	
Acerca de las autoras	75

PRÓLOGO

Por Florencia Saintout

Cuando nos detenemos a analizar los diferentes factores y procesos por los cuales se han propiciado lógicas patriarcales, que directa e indirectamente contribuyeron a una cultura de opresión y subordinación hacia las mujeres y disidencias de nuestro pueblo, es inevitable pensar en el rol formador y aleccionador que han tenido los medios de comunicación.

Desde la reproducción de violencias, la construcción de discursos de odio, machistas, lesbodiantes y de transodio, hasta la ausencia de voces representativas de los feminismos, los medios de comunicación han sostenido (y sostienen) un sistema de subordinación.

Esta incógnita nos invita a preguntarnos ¿quiénes son aquellxs que pueden llegar a ocupar esos espacios en las pantallas, en los portales y las páginas? ¿Quiénes son lxs que hablan en nombre de un movimiento organizado y de qué manera se expresan los feminismos?

Los datos cuantitativos acerca de los espacios que ocupamos las mujeres y disidencias se ven también alterados por otra dimensión: aquellas mujeres que llegan a visibilizarse, que son quienes pueden atravesar ese techo de cristal para ocupar un lugar en los medios de comunicación (¿y por qué no de hierro profundo?) ¿expresan, construyen o difunden contenidos en clave feminista?

Esa deuda vigente acerca de cómo y quiénes son las caras visibles de los medios de comunicación demuestra la urgente y necesaria transversalización de la perspectiva de género en todos los ámbitos. Es necesario sumar mujeres, lesbianas, trans, travestís, queers feministas. Y

no sólo como caras visibles, sino en la producción, en la técnica, como editoras, como responsables de área, etc. La participación de mujeres y disidencias en la totalidad del proceso de producción de estas noticias será el primer paso para la transformación.

La modificación de estas prácticas tiene que claramente representar lo que está sucediendo en las calles. Medios de comunicación que luchen contra todas las violencias y por el reconocimiento de los derechos, que luchen contra el racismo, la discriminación de clase y contra todo tipo de discriminación. Porque el desafío es combatir un periodismo históricamente macho, blanco, eurocéntrico, y racista.

Es preciso abordar con responsabilidad y convicción la discusión respecto del rol que los medios de comunicación tienen sobre la idea de cómo se construye lo que nuestras sociedades entienden como verdadero. Y esta es una discusión que no solo es urgente sino también necesaria si lo que pretendemos es un sistema que informe desde una perspectiva historizada y comprometida con las necesidades de su pueblo, que ponga en diálogo la agenda de construcción de noticias en sintonía con los debates que tienen lugar en este tiempo histórico.

Por otro lado, también es necesario decir que, aunque esto pasa en los medios más poderosos, los medios hegemónicos, en paralelo se van conformando medios autogestivos, medios comunitarios, medios cooperativos, medios claramente feministas. Que van teniendo cada vez más espesor y no porque sí, sino que lo logran por convicción. Y si hay una batalla ganada en relación a los medios hegemónicos, es que han tenido que tomar algunas luchas del pueblo acerca de lo que pasa en la sociedad, más allá de los intereses que tengan en sus estructuras de propiedad.

Estos horizontes son imposibles si no potenciamos el anudamiento de los feminismos a la política. Considerar los medios de comunicación con perspectiva de género sólo es posible con la práctica política atravesada por una epistemología del barro que tenga en su horizonte parecerse y ser parte de su pueblo.

La tarea es entonces refundar nuestras prácticas como comunicadorxs del campo popular, desde una epistemología de la justicia social, haciendo praxis el conocimiento de la lucha de las personas olvidadas para aportar a la construcción de otra historia, en la que entren y existan otros protagonistas. Sobre todo, aquellas identidades que se han invisibilizado en el campo de la comunicación hegemónica.

Nuestro reto, entonces, es implosionar los androcentrismos desde los cuales se parió la ciencia para que el conocimiento se produzca al calor de los activismos, reconociendo que seguramente la Universidad esté siendo penetrada por muchos de los debates que los feminismos hicieron agenda.

INTRODUCCIÓN

Delfina García Larocca

Mirar, pensar, analizar los medios de comunicación es también problematizar las sociedades en las que vivimos. El rol de los medios en la construcción de verdad, una verdad que narran desde posiciones privilegiadas, que no guarda compromiso con los hechos sino con los intereses políticos y económicos que los anteceden, es siempre un desafío urgente y necesario.

Relativizar cierto fundamento de la omnipotencia de los medios es una obligación ética para quienes nos desempeñamos en el mundo de la comunicación y la política. Sin embargo, también sabemos que en la disputa por la verdad o por el sentido común los medios de comunicación hegemónicos están en una posición privilegiada y concentrada para la distribución y la llegada de la información. Estamos frente a ellos, mantenemos con ellos una relación de poder profundamente desigual.

La historia oficial, la historia contada en términos de la humanidad toda fue parida en una narrativa blanca, de varones occidentales, que ha dejado por fuera las luchas y los lugares de las mujeres, las disidencias, las negras y toda diversidad ajena a ese relato oficial de mundo.

Nuestro continente guarda una historia de violencias y colonización con sus tierras y sus recursos naturales, pero sobre todo con su propia historia. Reescribir esa(s) historia(s) desde una perspectiva justa, inclusiva de las mayorías, legítima en su diversidad es una tarea que nos debemos quienes soñamos con un mundo más libre. Este libro viene a complejizar el debate, a invitarnos a reflexionar desde

una diversidad de miradas que no persiguen una síntesis sino una nueva apertura en la circulación de la palabra. Impulsan estas líneas la urgencia de pensar una comunicación en clave feminista, transfeminista, popular, plural, contrahegemónica.

Sabemos que el mundo está cambiando y con él la comunicación, los medios, la política, la vida. Ya no es posible pensar un sistema de medios ni una perspectiva comunicacional que esté exenta de la dimensión de género. Lo que llamamos género es aquella dimensión que hasta hace poco formaba parte de los estudios académicos y que producto de las luchas del movimiento de mujeres y los feminismos se ha ganado un lugar sustancial en la subjetividad de nuestra época.

Ya no se puede comunicar sin perspectiva de género porque aún quienes lo hacen deben después hacerle frente al cuestionamiento público de aquello que se dijo o se escribió. Si el mundo ya no es el mismo, nosotres tampoco lo somos.

Este libro echa luz sobre el modo patriarcal y misógino desde el cual los medios han narrado y narran la realidad. Pero también sobre la importancia de seguir construyendo espacios desde donde pensar de qué forma construimos una comunicación más democrática. Con el horizonte claro, de entender los feminismos en clave interseccional y anudados necesariamente a la lucha por la justicia social.

Esta compilación, entonces, esperamos sirva para reafirmar el compromiso de les militantes feministas en la comunicación, en el Estado, en la Universidad y en la calle: que no puede claudicar hasta que, como nos enseñó otra maestra, seamos socialmente iguales, humanamente diferentes y totalmente libres.

La extraña costumbre de excluir

Miriam Lewin

Tengo la extraña costumbre de dormirme escuchando la radio, hasta bien avanzada la mañana. Me sorprende que en una estación vinculada a un organismo de derechos humanos, desde que me despierto y durante más de tres horas, tal vez cuatro, no se oye una sola voz femenina. Ni una. ¿Es que a nadie le llama la atención?

Los medios generan sentido, moldean nuestra visión del mundo. A mediados de la década del 80, las mujeres de una lista del sindicato de prensa de Buenos Aires publicamos un cuadernillo con un diagnóstico de la situación de las mujeres en las redacciones. Éramos minoría, estábamos en la base de la pirámide, ganando menos que nuestros compañeros varones y recludas en secciones dedicadas a temas “blandos”, no habilitadas para cubrir política o economía.

Treinta y cinco años más tarde, las cosas no han cambiado demasiado. Las voces, las plumas y las imágenes de las mujeres no están presentes en los medios en la misma medida que las de sus colegas masculinos.

La organización Nos quemaron por brujas hizo un relevamiento en los programas de radio de la primera mañana en el AMBA. En 2017, el 69% de los conductores eran varones, y en el 2020, lejos de mejorar, el porcentaje aumentó hasta el 78%.

Las campañas de publicidad de las nuevas programaciones cada año reflejan, por supuesto, esta realidad. Los afiches en vía pública

muestran varones trajeados. A veces, el conductor esta flanqueado por alguna mujer, en el mismo rol subalterno que ocupan en los micrófonos o frente a las cámaras.

Está tan naturalizado el papel secundario que las mujeres tienen en la mayor parte de los canales de cable, que incluso al interior de las producciones, aun cuando conduce una pareja varón mujer, ambos cis, los espacios se nombran como “el noticiero de Fulano”.

Y cuando una conductora se atreve a salir de su rol, rebatiendo o discutiendo la posición de un coconductor o columnista varón, se la reprende en su equipo de trabajo, se la tilda de rebelde, de conflictiva y de inmediato es acusada de “ignorante” en redes sociales, promoviendo su silenciamiento.

La imagen de las mujeres también juega un rol importante. Deben ser jóvenes, esbeltas y responder a un determinado estereotipo de belleza. No hay periodistas adultas mayores en las pantallas, salvo excepciones. El vestuario lo determinan los gerentes varones, y se sugiere que usen prendas que acentúen sus “encantos”. Cuando en Periodistas Argentinas, un colectivo de mujeres de los medios, quisimos visibilizar situaciones de violencia sufridas dentro de las redacciones publicamos placas en redes sociales que las reflejaban, con anécdotas reales. Un productor le dijo a una periodista de un canal de televisión: “Yo te tengo que ver en la pantalla y me tenés que calentar”.

En los medios gráficos, no hay editoriales mujeres. Las firmas de mujeres son más frecuentes en Sociedad, Educación, Cultura, Espectáculos y crecen tímidamente en las páginas que abordan temáticas duras. Se presume desde las jefaturas que somos “más sensibles”, y por eso más hábiles para hacer notas que involucren emociones. Los gerentes, los editores, los que determinan los contenidos, son mayoritariamente varones.

Por eso, la sanción de la Ley de Equidad de Género y cupo trans en los medios es un primer paso para garantizar una representación equitativa, una comunicación más inclusiva y democrática en una

sociedad en la que las mujeres y las personas trans travestis fueron marginadas, estereotipadas e invisibilizadas desde siempre.

Por una comunicación transfeminista, interseccional y derechos humanos

Claudia Vásquez Haro

El modo como la diversidad sexual –en particular la temática travesti y trans– es representada en el plano de la cultura y en los medios masivos de comunicación sigue siendo una preocupación no sólo individual sino colectiva. En este sentido, la producción de saberes gestada desde los márgenes por quienes históricamente hemos sido invisibilizadas es fundamental a la hora de la pugna contra los discursos que instalan una verdad absoluta propiedad del patriarcado y la *cis* heteronorma. Este escenario plantea enormes desafíos respecto a dar la disputa por el sentido y contrarrestar el discurso hegemónico que nos ha cosificado, criminalizado, estigmatizado y en el último de los casos deshumanizado.

Por lo tanto, tomar la palabra, hablar en primera persona, articular alianzas estratégicas y colisionar con otros se torna fundamental para aparecer en el espacio público y los medios de comunicación, y reclamarle al Estado redes de contención que minimicen las condiciones de precariedad y que garantice vidas que merezcan ser vividas.

Por ello, es necesario partir de una propia *epistemología del despojo*, basada en los agenciamientos, en las prácticas político-comunicacionales de subsistencia y formales institucionales, en los modos de organización plurales, colectivos y subjetivizantes que facilitan la constitución de las travestis y trans como un sujeto colectivo/político.

Proceso en el cual, este colectivo transforma su *pensar y hacer*, reconociéndose y autodeterminándose como sujetas de palabra, enunciación y acción. Revirtiendo o siendo la “contracara del trans-epistemicido”, que consiste en una oportunidad de hablar desde y por nosotras mismas, y generar, a su vez, fecundos espacios transfeministas.

Nuestra historia –de las travestis y trans– ha estado marcada por la expulsión de los ámbitos institucionales y en la mayoría de los casos de nuestros propios núcleos familiares al expresar nuestra identidad de género autopercebida. De esta manera, ingresamos a un circuito de actividades de subsistencia, confinadas a un destino petrificado donde sólo se nos piensa en los lugares de prostitución y marginalidad. No se nos ve como productoras de saberes, de conocimientos y de teoría, por eso, es fundamental que seamos nosotras mismas las que pongamos en palabras nuestras existencias, nuestras realidades y rompamos con el eterno tutelaje, no sólo por la academia, sino por otras identidades que hablan de y por nosotras, y contemos lo que nos sucede como comunidad.

La apuesta epistemológica, consiste en problematizar, deconstruir y visibilizar quienes son sujetos legítimos de conocimiento y quienes no, y qué conocimientos son válidos y aceptables. Remarcando la necesidad de romper los marcos de producción, circulación y divulgación de conocimiento desde la praxis, apostando a una metodología mestiza que apunte a un revisionismo de la teoría y a una apuesta ético-política transfeminista que rompa con el sesgo occidental, blanco, macho y burgués. Generando un *hacer* desde pensadoras, militantes, activistas, referentes, hermanas migrantes, afrodescendientes, indígenas, mestizas y pobres.

Sin embargo, para fortalecer la socialización y divulgación de los debates en perspectiva transfeminista e interseccional es necesario el aporte de políticas públicas que promuevan desnaturalizar las prácticas y formas de pensar que reproducen las desigualdades de género para traducirlas en condiciones de posibilidad que fortalezcan el acceso a derechos y oportunidades para todas, todes y todos.

Coalicionar con otros

Nuestros derechos humanos continúan siendo violados sistemáticamente por las instituciones estatales en los ámbitos de la justicia, de la salud, la educación, el trabajo, entre otros. En esa medida, es fundamental sostener la organización y el trabajo con aliadas estratégicas dentro de los gobiernos –que representan los intereses de las mayorías–, lo que permite visibilizar la necesidad de atender a la reparación de dichas condiciones de acceso a los derechos básicos, en todos los ámbitos.

Dichas alianzas, se han visto reflejadas en la discusión y diseño de proyectos de Ley como: de Matrimonio Igualitario, Identidad de Género y de Cupo e Inclusión Laboral Travesti y Trans “Diana Sacayán-Lohana Berkins”, entre otros. En el caso del proyecto de ley “Diana Sacayán-Lohana Berkins”, este es el resultado del trabajo articulado de la Campaña Nacional por el Cupo e Inclusión Laboral Travesti-Trans, conformado por tres grandes coaliciones: la Convocatoria Federal Trans Travesti Argentina, el Frente Orgullo y Lucha, y la Liga LGBTIQ+ de las Provincias.

Estas conquistas en materia de derechos son el resultado de la lucha incansable y articulada del movimiento de la diversidad sexual en Argentina. Donde una vez más, producto de las alianzas estratégicas que hemos sabido tejer con actores claves dentro de otras instituciones, podemos ver esos resultados, que significan el avance en materia de derechos para sectores históricamente postergados.

Comunicación popular y transfeminista

Hay espacios que aún se resisten a estos cambios, el establishment mediático es uno de ellos, el cual históricamente reproduce ideologías dominantes y conservadoras con la finalidad de mantener el statu quo. Sin embargo, desde la militancia y el activismo como trin-

chera hemos dado muestra de nuestros modos de resistencia y existencia, para revertir, reparar y transformar nuestras vidas.

Los medios de comunicación, no sólo informan, sino que al hacerlo construyen la realidad e instalan agendas. Utilizan para ello, diferentes estrategias discursivas que desacreditan y descontextualizan ciertos temas para que las audiencias los asocien a través de una unidad psíquica emocional. De esta manera, la sociedad puede rechazar uno o varios temas asociados, aun cuando no estén abordados mediáticamente en su conjunto, ni tengan factores explicativos en común.

En la actualidad, sigue siendo un desafío que tenemos por delante redoblar la apuesta e incentivar buenas prácticas periodísticas para el tratamiento mediático responsable de la diversidad sexual. Para promover otra mirada sobre nuestro colectivo, pero también, para continuar con la batalla cultural que día a día nos muestra su peor cara en el formato de más y nuevas violencias. De este modo, urge desde nuestra profesión generar cambios y apostar a un periodismo plural y diverso, que le otorgue la palabra a quienes siempre se les ha negado y a quienes se ha invisibilizado.

El periodismo se encuentra en un punto de inflexión producto de la hipermediatización. Un complejo sistema de mediaciones y de decodificaciones que intervienen en nuestro proceso de cognición y de búsqueda de sentidos. En la sociedad actual, convivimos con medios de todo tipo y los utilizamos a cada instante, corriendo el riesgo de saturarnos de información o de desinformarnos en vez de informarnos.

En este contexto, la violencia mediática y simbólica se ha recrudecido en sintonía con la violencia que se ve en la sociedad, en el formato de fake news –noticias falsas– o las que contienen sesgos y prejuicios. La falta de respeto por las agendas de la diversidad sexual, y en particular de la identidad de género autopercibida de las personas travestis y trans, sigue siendo una constante en la elaboración en las notas periodísticas de los medios de comunicación.

¿Otro periodismo es posible?

Sin duda alguna, asistimos a un momento de cambio en los modos de hacer periodismo, con la formación de periodistas con perspectiva de género y diversidad sexual. Pero persiste aún aquel tipo de periodismo que se aleja de sus condiciones materiales de producción para dar paso al marcaje y la discriminación, es decir este tipo de periodismo sensacionalista continúa potenciando los ataques y crímenes de odio contra las personas travestis, trans, lesbianas, gays, bisexuales, intersexuales y no binarios (TLGBINB). Este tipo de medios se hace eco de rótulos y estereotipos de género para violentar y demonizar a la diversidad sexual, en lugar de visibilizar las problemáticas que les atraviesan. Contribuyendo a que grandes sectores de la sociedad sigan estigmatizando y criminalizando a nuestra comunidad.

Ante esta situación, en el año 2019 apostamos a construir la primera agencia de comunicación popular, transfeminista, interseccional y de derechos humanos, “Sudaka TLGBI”. La misma se gestó con el objetivo principal de ser un espacio conformado por comunicadores sociales-populares-digitales, investigadores y activistas trans, travestis y de géneros no binarios para la generación de contenido comunicacional crítico, que desplace el monopolio del discurso hegemónico, patriarcal y heteronormativo que instalan los grandes medios de comunicación como “verdad absoluta”.

La Agencia de Noticias “Sudaka TLGBI” es la respuesta a la necesidad de generar un espacio donde la pluralidad de voces posibilite una comunicación popular, democrática y transfeminista, abordando temáticas de Argentina, Latinoamérica y El Caribe.

En esta misma línea, en el 2020, convocada por el director de Radio Provincia de Buenos Aires, Marcelo Figueras, surgió la propuesta de trasladar la experiencia gráfica de la Agencia de Noticias “Sudaka TLGBI” al formato radial por la AM 1270. Surgiendo de esta manera “Sudaka en Radio”, un programa sobre diversidad sexual desde una perspectiva transfeminista, interseccional y de derechos humanos.

Tener un programa de radio, conformado por personas travestis, trans y de géneros no binarios, lejos de implicar un gueto es una herramienta para hablar en primera persona. Y desde allí abordar temáticas sobre de diversidad sexual y sus múltiples atravesamientos como la raza, la clase o la migración.

El rol del Estado

Una comunicación transfeminista, interseccional, democrática y con perspectiva de derechos humanos no es suficiente para cambiar las lógicas de producción periodística de los medios hegemónicos. Es necesario el compromiso del Estado en la generación de políticas públicas como: una Ley de Medios que regule a diarios gráficos y digitales; transversalizar la perspectiva de género y diversidad sexual en la currícula de todas las carreras de periodismo del país; y que se nombren funcionaries de la comunidad TLGBINB en los diferentes estamentos y niveles del Estado para contribuir a la visibilización de nuestras capacidades y al cambio cultural de la sociedad *cis* heteropatriarcal.

Por otra parte, también es necesario que desde las empresas de medios, a través de la regulación de las políticas del Estado, se propicien cambios; como la incorporación de periodistas mujeres y de la diversidad sexual en puestos jerárquicos; incentivar y revalorizar la figura del editor de género; y transversalizar la perspectiva de género y diversidad sexual en todo el proceso de comunicación, desde la producción, edición y emisión/circulación de contenidos.

De esta manera, si comprendemos que la comunicación es un derecho humano, debemos exigir un Estado que lo salvaguarde a través de organismos públicos que lo promuevan, implementen y controlen. Abogar por la educación crítica de las audiencias, por el reconocimiento de sus demandas, denuncias y consultas, para combatir las asimetrías que promueven los monopolios y oligopólicos medios de

comunicación para avanzar hacia una ciudadanía comunicacional, plural, diversa y pluricultural.

Te amo, te odio, dame más. **Feminismos y cultura masiva surfeando la cuarta ola**

Carolina Justo von Lurzer

Irrupciones, interrupciones y tensiones

En esta breve intervención reflexiono sobre la articulación entre comunicación, géneros y feminismos en la actualidad. También sobre los aprendizajes con los que llegamos hasta acá y los desafíos que aún enfrentamos para alcanzar la comunicación que propone este libro: una que sea transfeminista, democrática y plural.

Si revisamos las genealogías de los estudios de comunicación y género (Elizalde, 2009; Laudano, 2010; Buonanno, 2014), vemos rasgos comunes a la incorporación de los feminismos en distintos ámbitos institucionales, incluidos los académicos.

Para quienes investigamos sobre estas cuestiones irrumpir en espacios e interrumpir procesos han sido formas de abrirnos camino. Son prácticas habituales de las mujeres y diversidades, de las que investigamos, hacemos crítica cultural feminista, producimos cultura o trabajamos en la industria cultural.

Nos garantizaron un proceso creciente de incorporación e institucionalización. Pasamos de ser las del *ghetto* o con suerte “el nicho”

(“temas de mujeres”, “cosas de minitas”), a conquistar paulatinamente la institucionalización en el campo (creación de seminarios, conformación de equipos, mesas en congresos y jornadas específicas, creación de posgrados, entre otras) a, finalmente, construir espacios de gestión y ocupar cargos de conducción en las instituciones universitarias y de ciencia y tecnología. Llevamos muchos años empujando y produciendo, y a nuestros espacios e instituciones les cuesta más hacer la vista a un lado. Con mejor o peor balance entre interés genuino y corrección política, hemos llegado para quedarnos. Somos muchas y estamos enredadas.

En las décadas que llevamos de construcción del campo de comunicación, géneros y feminismos, hemos visto con claridad la naturalización de la ausencia y la subordinación: no aparecer o aparecer minimizadas. Sin embargo, la historia nos dice también que nos rodea la inspiración: pioneras, maestras, luchadoras, compañeras. Nunca habrá que perder de vista que la construcción histórica y el hacer colectivo han sido siempre nuestros motores (pararse sobre lo hecho y avanzar juntas). Llegamos a hacer comunicación feminista desde abajo hacia arriba y desde afuera hacia adentro. La calle siempre fue nuestra, los márgenes también.

Como productoras y analistas culturales nuestra existencia en esa intersección entre comunicación y géneros, entre producción / consumo cultural y feminismos, implica enormes desafíos y tensiones.

Dejo los desafíos para más adelante y me detengo en una tensión que creo subyace a muchas otras: aquella que existe entre placer y peligro. Como señalaron hace tiempo autoras como Gayle Rubin o Carol Vance (1989) este es un punto ciego de los feminismos que no ha perdido vigencia en tanto opera todavía en nuestros debates. Esta tensión aparece en la mirada sobre los productos culturales y en el vínculo con ellos, el propio y el que esperamos que tengan los públicos. Los cuestionamientos a los consumos –sobre todo populares y de la cultura masiva– que reproducen estereotipos sexistas y acercan entonces a las audiencias al peligro de naturalizar normas de género

discriminatorias, muchas veces soslayan el vínculo de placer que se establecen con esos consumos, un placer que no sólo está derivado de la propia fruición cultural sino de la construcción de comunidad, pertenencia e incluso de la negociación de modelos de vida (énfasis en la idea de negociación).

¿Cómo sostenemos la incomodidad que nos genera o genera en otros lo que hacemos en términos del carácter incompleto, conflictivo, relacional e histórico de la cultura? ¿Cómo sostenemos la incomodidad de vivir la cultura como un escenario de disputa y negociación? De disputa por ampliar el horizonte de lo posible (vidas, vínculos, lenguajes) y de negociación entre las múltiples posiciones que ocupamos en la vida social y el modo en que el riesgo y el deseo nos enfrentan a diversas articulaciones de placer y peligro.

Masificación y mediatización

En cuanto a los desafíos, uno de los principales es que habitamos un tiempo de tendencias concurrentes: la masificación de los feminismos y la mediatización de su agenda. Ambas, además, en un contexto de *backlash* de sectores ultraconservadores.

Estas tendencias se traducen en una diversificación de la oferta muchas veces dominada por un sexismo de nuevo tipo que autoras como Gill (2012) identifican como el pasaje de una cosificación sexista a una subjetivación sexualizada en clave individualista. Esto implica la adopción de estrategias de “empoderamiento” identitario y corporal que no se inscriben en un contexto colectivo de disputa y demanda por la autonomía sino en una clave liberal de exposición de sí. Una reversión de la máxima “mi cuerpo es mío” sin la inscripción en una política sexual feminista emancipadora.

Por otro lado, asistimos a un feminismo comodificado o monetizado; un feminismo al servicio de la sociedad de consumo. Lo vemos en la apropiación de la agenda feminista y de géneros en la publicidad –lo

que dio en llamarse *femvertising*– o en las temáticas de los productos de plataformas. En estos casos, las críticas suelen apuntar con razón a cierta despolitización de la agenda. En términos más generales, podemos pensar en el empoderamiento de las mujeres a través del consumo (esto puede incluir formas de endeudamiento, microcréditos) o las pirámides de comercio presentadas como modos de independencia económica en clave de género.

Esto nos lleva a algunos asuntos siempre pendientes. Por un lado, la necesidad de situar estos problemas en nuestras tradiciones políticas, de análisis y de producción para ver cómo operan efectivamente en nuestros territorios. No sólo los “feminismos corporativos” (Arruza, Bhattacharya y Fraser, 2019) o las formas de monetización de la agenda de género en las producciones culturales no son parangonables punto a punto a nuestros territorios porque ese capitalismo y ese liberalismo no son punto a punto los nuestros, sino que los modos de activismo y organización tampoco lo son. Si pensamos en la denuncia de las violencias ocurridas en el seno de las industrias culturales, veremos la distancia que hay entre el modo de emergencia y actuación del movimiento MeToo en Estados Unidos y la organización colectiva de Actrices Argentinas, surgida en articulación con la tradición de activismos feministas precedentes (Justo von Lurzer, 2020).

Esta mediatización de la agenda feminista, que desde una perspectiva atenta a los propósitos del movimiento de mujeres y diversidades puede efectivamente parecer un retroceso, también habilita algo que he llamado “efecto de feminismo” (ídem, 2020): esto es, permear la experiencia de mujeres y disidencias que tal vez no eran interpeladas desde otros lenguajes y pueden hacerse preguntas desde estas enunciaciones. En particular aquellas mujeres que pudieron sentirse excluidas de las demandas de la agenda feminista o rechazadas por sus posicionamientos o prácticas (ninguna de estas discusiones es nueva, sobre todas debemos seguir reflexionando).

Si miramos la “marea” actual en su heterogeneidad, veremos múltiples modos en los que los feminismos / una agenda feminista / una

agenda de inequidades y desigualdades entre los géneros permea la experiencia de mujeres y disidencias generando preguntas, demandas, deseos y acciones. Este proceso impulsado primero por el movimiento NiUnaMenos y luego por el reclamo de legalización de la interrupción voluntaria del embarazo es diverso –incluso no coincidente entre quienes reclaman contra las violencias extremas por motivos de género y quienes lo hicieron por el aborto legal, seguro y gratuito– y es, sobre todo, novedosa en su composición de clase, edad, tradición de activismo y afinidad ideológica. ¿Cómo interactuar con esas personas que marchan y reclaman con nosotrxs, pero no necesariamente se identifican como feministas o, lo que es aún más complejo, podrían ser cuestionadas si acaso pretendieran identificarse así?

Pensado desde el campo de la comunicación, por fuera de los discursos de odio, los sentidos puestos en circulación por la industria –incluso si nos desagradan hasta la médula– movilizan la conversación social. Vuelven a indicar los límites de lo posible, el estado del debate público sobre géneros y sexualidades, la fisura de la pared que no vemos si no tiramos una piedra (Semán, 2015). Cuando la fisura aparece podemos hacer fuerte el reclamo por la política pública pendiente, por ejemplo, la implementación de la ESI (Educación Sexual Integral) como encuadre de los consumos culturales de niñxs y adolescentes. Y sí, seguimos siendo también las que tenemos que tirar las piedras, aunque hayamos conquistado los lugares institucionales que pueden remendar las fisuras.

Somos otro modo de pensar el mundo.

En estos años de construcción de aquello que este libro teje como comunicación feminista alcanzamos una certeza: no queremos ser sólo una mirada o que nos visibilicen; somos otro modo de pensar el mundo. Hemos peleado para que se incorpore la “perspectiva de

género” en los medios, lo hemos hecho también para que se diversifiquen y pluralicen las representaciones. Son etapas y acciones relevantes y necesarias, sin embargo, lo que la comunicación feminista puede ofrecer es un cambio de posición en los modos de construir el vínculo con la realidad.

Recuperando la tradición de la crítica cultural feminista, una crítica de la cultura desde la cultura, no queremos ser eso que se agrega a (mujeres y, diversidades y, films de mujeres, música de mujeres, etc.). Nuestra existencia implica un cambio epistemológico en el modo de concebir los procesos comunicacionales y culturales, también las prácticas. Así como aprendimos que el género es una categoría (Scott, 1990), una tecnología (de Lauretis, 1996) que habilita y obtura ciertas simbolizaciones, experiencias, anclajes identitarios, la comunicación feminista es un modo peculiar de presentar la realidad; aquel que se desliza “fuera de las totalizaciones identitarias en homenaje a lo suspenso y lo intermitente” (Richard, 2009, p.81).

Eso requiere, por un lado, que nos corramos del antagonismo como objetivo de la crítica. La desnaturalización de ciertos sentidos circulantes, la exposición de rasgos nocivos de los discursos discriminatorios y de exclusión, el señalamiento de los aspectos degradantes de los productos mediatizados pueden ser el motor de la crítica cultural feminista pero no pueden ser su fin último. Ese posicionamiento antagonista puede, además, hacernos caer en modos de decir que lejos de interpelar, alejen y generen rechazo.

Por otro lado, es importante que seamos capaces de adoptar una posición de distanciamiento sensible y placer crítico. Recuperar el conocimiento que tienen –tenemos– las audiencias sobre los medios y, especialmente, la sensibilidad. Distanciarnos empáticamente de ciertos productos y disfrutarlos críticamente. Tal vez eso habilitaría una conexión menos beligerante y más vital con aquellas fibras que las industrias culturales tocan y a las que hay que poder llegar con otros sentidos también.

¿Qué, a quién y cómo decimos desde los feminismos?

Sabemos que la tarea nunca se agota en el análisis de lo que dicen otrxs sino en la pregunta por qué, a quiénes, cómo decimos desde los feminismos y cómo garantizamos condiciones estructurales –laborales, académicas, institucionales– para poder producir aquello que tenemos para decir y mostrar.

Este es un problema mucho más amplio, un problema del campo popular, cuya convicción en la importancia de lo que dice es tan alta que oscurece la relevancia de la forma. Por momentos parece que hemos dejado esa cuestión a nuestros adversarixs ideológicos. ¡Y qué efectivxs han sido en esas lides!

El problema de la forma debería ocuparnos especialmente cuanto más distante nos parezca el interlocutxr, más complejo el mensaje o la escena comunicacional y más incómodo el contenido. La forma de la crítica nos atañe tanto en los modos de interpelar como de debatir; modificar el contenido sin modificar las formas –aludo aquí a discursos descalificadores de quienes piensan distinto, discursos a veces iluministas, moralistas, canceladores del pensamiento disidente– restringe sustantivamente la capacidad de interpelación y se distancia de los principios de pluralismo y democratización que nos orientan.

“Somos las mujeres que el feminismo no quiere defender” decía un cartel sostenido por una mujer policía en una protesta en el año 2019. “Soy feminista y hago revista” otro lema que se leyó a principios de 2018 en el twitter de vedettes locales acompañado por una foto en la que se las veía producidas para salir a escena, semi desnudas, maquilladas, peinadas y en una pose sugerente. “Sin putas no hay feminismo”, esta consigna puede verse en cada marcha o evento público del movimiento de mujeres y la diversidad en el que participan lxs trabajadorxs sexuales. La lista podría continuar. En todos los casos se dan argumentos para tomar distancia: el ejercicio de la violencia estatal, la reproducción de los patrones hegemónicos de belleza, la

rentabilización económica de la sexualidad. Pero ¿no encontramos argumentos para acercarnos?

Cuestionamos los estereotipos y las generalizaciones –no todas las mujeres somos limpiadoras compulsivas de baños que nos enamoramos de Mr. Músculo– ahí nos sale fácil. ¿Pero todas las mujeres que tensionan alguna de las máximas hegemónicas del movimiento son extrañas y ajenas? Esta historia es larga y esperanzadora; las *otras* del movimiento han sabido siempre hacerse lugar.

Para quienes hacemos crítica cultural, ¿qué formas hay de interpelar la tensión que expresan esas frases e imágenes? ¿Cómo podemos cuestionar a los feminismos en los prejuicios propios, en nuestras acciones moralizantes y disciplinadoras? ¿Qué perdemos y qué ganamos en cada uno de esos distanciamientos? ¿Cómo hacemos para interpelar también a esas mujeres liminares y discutir con ellas sin adoctrinamientos?

El desafío es entonces aprovechar la escena de masificación y mediatización en la que estamos discutiendo *feminismos en todas partes* y conducir esa energía hacia una agenda emancipatoria. Para eso necesitamos comunicadorxs que puedan desplegar estrategias creativas de comunicación que empujen incansablemente lo que necesariamente se estabiliza en cada momento histórico como *feminista, democrático y plural*. En eso estamos.

Referencias bibliográficas

- Arruzza, C., Bhattacharya, T., Fraser, N. (2019). *Feminismo para el 99%*. Buenos Aires, Argentina: Rara Avis.
- Buonanno, M. (2014). “Gender and media studies: progress and challenge in a vibrant research field”. *Análisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 50, p.5-25.

- De Lauretis, T. (1996). “Tecnologías del género”, *Revista Mora* n° 2. Buenos Aires: Instituto Interdisciplinario de Estudios de Género, Facultad de Filosofía y Letras, UBA.
- Elizalde, S. (2009). “Comunicación. Genealogía e intervenciones en torno al género y la diversidad sexual”, en Elizalde, Felitti y Queirolo (coords). *Género y sexualidades en las tramas del saber*. Buenos Aires: Ediciones del Zorzal.
- Gill, R. (2012). “The sexualization of Culture?”, *Social and Personality Psychology Compass* 6/7. Blackwell Publishing.
- Justo von Lurzer, C. (2020). “Del #MeToo al #MiráComoNosPone-mos. Un año de feminismo celebrity en la cultura masiva argentina”, *Revista Temas y Problemas de Comunicación* - Número 18. Córdoba: Universidad Nacional de Río Cuarto.
- Laudano, C. (2010). “Mujeres y medios de comunicación: Reflexiones feministas en torno a diferentes paradigmas de investigación”. En Sandra C. y Sonia S. (comps.), *Las palabras tienen sexo II*, Buenos Aires: Artemisa Comunicación. pp. 40-54.
- Richard, N. (2009). “La crítica feminista como modelo de crítica cultural”, *Revista Debate feminista*, año 20, vol 40, Octubre. México.
- Scott, J. (1990). “Género una categoría útil para el análisis histórico”. En Lamas, M. (comp.), *El género: la construcción cultural de la diferencia sexual*. México: PUEG.
- Semán, P. (2015). “El posporno no es para que te excites”, *Revista Anfibia*. <https://www.revistaanfibia.com/el-posporno-no-es-para-que-te-excites/>
- Vance, C. (comp.) (1989). *Placer y peligro. Explorando la sexualidad femenina*. Madrid: Revolución.

Desigualdades estructurales y de representación de géneros, los conflictos persistentes en el periodismo del siglo XXI

Cynthia Ottaviano

Una lectura atenta del prólogo de *Operación Masacre* revela que la investigación del libro emblema del periodismo argentino fue realizada tanto por Rodolfo Walsh, como por una mujer, Enriqueta Muñiz, “una muchacha que es periodista”, según describe el propio autor.

Bajo el argumento de que “es difícil hacerle justicia en unas pocas líneas”, la restricción autoimpuesta en el prólogo impidió conocer la tarea de Enriqueta en su cabal dimensión, aunque describe que se destaca porque “se juega entera” y “si en algún lugar de este libro escribo ‘hice’, ‘fui’, ‘descubrí’, debe entenderse ‘hicimos’, ‘fuimos’, ‘descubrimos’” (Walsh, 1957, p.7).

Al final del único párrafo en que la nombra, Walsh detalla que

algunas cosas importantes las consiguió ella sola, como los testimonios de los exiliados Tróxler, Benavidez, Gavino. En esa época el mundo no se me presentaba como una serie ordenada de garantías y seguridades, sino más bien como todo lo contrario. En Enriqueta Muñiz encontré esa seguridad, valor, inteligencia que me parecían tan rarificados a mi alrededor. (1957, p.8)

Al dejar escrito nombre y apellido, por lo menos dos veces, el periodista más irreverente del siglo pasado ahuyentó la posibilidad de asociar la decisión de otorgarle unas “pocas líneas” a una cuestión de seguridad y protección y amplió el enigma: ¿por qué no extenderse con libertad para visibilizar la labor plena de “esa otra mujer”?

Hubo que esperar al siglo XXI y a la muerte de la propia Enriqueta para descifrarlo. Ella había escrito un libro donde contaba la *Historia de una investigación*, como lo tituló, pero no publicó. Jamás quiso contar lo ocurrido en público, aunque lo dejó escrito en diciembre de 1956.

Unos 63 años después, su familia decidió dar a conocer el original de puño y letra, donde Enriqueta describió el rol concreto que tuvo en la investigación y la publicación del célebre *Operación Masacre*.

Además de encontrar el lugar preciso de los fusilamientos en los basurales de José León Suárez, la periodista consiguió testimonios fundamentales de víctimas y familiares, como había reconocido Walsh, resguardó material ante la amenaza de su destrucción, promovió su publicación, y en un plano más privado y sentimental, alentó y se rindió junto a él: “mutuamente nos hemos dado coraje para seguir en estos cuatro meses. Cuando Walsh desfallecía, yo lo animaba, cuando yo dejaba caer los brazos, rendida, Walsh me impulsaba con su breve e imperioso ‘vamos’”, describió.

En la Argentina, generaciones enteras de periodistas crecieron con el sueño de ser como Rodolfo Walsh. De investigar y escribir un *Operación Masacre* como él.

En este siglo XXI, podría sumarse Enriqueta Muñiz al imaginario de quienes aman la investigación periodística y la búsqueda de la verdad, cuanto menos, como ocurrió en ese caso en particular, como hoy podemos leer en detalle en *Historia de una Investigación. Operación Masacre de Rodolfo Walsh: una revolución de periodismo (y amor)*.

Pero ¿cuántas Enriqueta Muñiz hay en la historia del periodismo argentino? ¿Cuánto trabajo de una mujer, diez, cien, miles quedó

oculto detrás de uno o varios hombres? ¿Cómo reparar ese silenciamiento, voluntario o no, consensuado o no?

Y ¿qué impacto podría tener el descubrimiento en la formación de periodistas? ¿Y en el ideario que construimos del periodismo y del rol de las mujeres en la investigación periodística argentina?

Hoy por hoy, ¿podría considerarse ético desatender *Historia de una investigación* para hablar de *Operación Masacre*? Incluso más, ¿se debería considerar que Enriqueta es coautora de la investigación? ¿Y del libro? ¿O se necesitará una nueva y única obra que contenga ambos trabajos para honrar sus memorias?

Durante siglos, el patriarcado como sistema jerárquico de relaciones políticas, económicas, sociales, culturales y comunicacionales enalteció prácticas y lógicas de producción mercantilistas, clasistas, machistas, estéticas y étnicas de discriminación e incluso del odio (Ottaviano, 2020), pero sobre todo diseminó pedagogías de la crueldad (Segato, 2018), que aún hoy estructuran violencias por desigualdad en los múltiples ámbitos.

(Re)hacer los medios en clave feminista, ¿no requiere reescribir su historia desde plumas emancipatorias? ¿(Re)posicionarse para narrar identidades con menos ausencias y más diversidades no obliga a resignificar esas historias? ¿Con qué herramientas y con qué contenidos lograr la exigencia “de permanente capacitación y deconstrucción”? ¿Cómo poner en acción “la idea de la destrucción de un orden patriarcal en el cual nos posicionamos y narramos el mundo”¹?

1 Fragmento extraído del discurso de la Dra. Florencia Saintout en la apertura de la “Cátedra Florencia Saintout: Comunicación y Género” el marco del Doctorado en Comunicación que dictan la Universidad de La Frontera (UFRO) y la Universidad Austral de Chile, 2021. Más información disponible en: <https://perio.unlp.edu.ar/2021/05/03/se-llevo-a-cabo-el-lanzamiento-de-la-catedra-florencia-saintout-comunicacion-y-genero/>

Pedagogías de la exclusión

La búsqueda de respuestas invita a la reflexión sobre las verdaderas pedagogías de la exclusión que se inscriben en el capitalismo de plataformas, con una matriz económica de la desigualdad salarial, donde “por cada hora trabajada, las mujeres reciben ingresos laborales que son, en promedio, el 17% inferiores a los de los hombres con la misma edad, educación, presencia de niños en sus hogares y tipo de trabajo”².

También es relevante pensar en las dificultades para abandonar “el suelo pegajoso”, comprendido como los obstáculos para dejar el espacio privado e incurrir en el público, teniendo en cuenta que en 2018 casi la mitad de las mujeres en edad de trabajar (el 42.4%) declaró no estar buscando trabajo por no poder hacerlo, como consecuencia del tiempo dedicado al empleo no remunerado que realizan, mientras que los hombres en esa situación son apenas el 5,2%³.

De hecho, según el INDEC, las mujeres sostienen 7 de cada 10 hogares del Gran Buenos Aires por las tareas de cuidado, lo que produce

una pobreza feminizada: el 70 por ciento de las personas que integran el decil más bajo de ingresos son mujeres: el sector de casas particulares, que emplea a casi el 20 por ciento de las mujeres trabajadoras sufrió una baja de más de 300 mil puestos laborales en el 2020, y se estima que el 65 por ciento de sus trabajadoras están debajo de la línea de pobreza. (Gómez Alcorta, 2021, s/p)

2 Ver <https://www.clacso.org/segun-la-oit-las-mujeres-ganan-un-17-menos-que-los-varones-por-hora-trabajada-en-america-latina-y-el-caribe/>

3 Informe Mujeres en el mundo del trabajo, publicado en https://www.ilo.org/amicas/publicaciones/WCMS_715183/lang--es/index.htm

Este escenario de injusticia social se profundizó durante la pandemia por COVID-19 cuando recrudecieron las violencias físicas⁴, así como las económicas.

Por un lado, en el cuarto trimestre del 2020, “las mujeres registraron mayores tasas de desocupación (11,9 por ciento), subocupación (18 por ciento), empleo no registrado (32,9 por ciento) que los varones”⁵, por otro dejaron de percibir las cuotas alimentarias, tema invisibilizado y no considerado siquiera como parte integrante de las violencias.

En abril de este año, en el Registro de Deudores Alimentarios de la ciudad de Buenos Aires se inscribieron “un 85 por ciento más de padres que no pagan. De las 6652 personas inscriptas en total en la actualidad, el 99 por ciento son varones. En lugar de abordarse como una forma de violencia de género, las madres que la padecen sienten que se encara como un conflicto familiar”, apuntan desde el Observatorio de Derechos de la Ciudad⁶.

Las mujeres, además, tienen “una menor noción acerca de los ingresos de la pareja (...) los varones son quienes detentan la tarjeta de crédito como titulares”, incluso, expresan que “tienen o han tenido mucha dificultad a la hora de negociar su sueldo”⁷.

Como parte integrante de la pobreza feminizada, el despojo o la imposibilidad de acceder a su contracara, la riqueza, completa el análisis. Según la AFIP, el 74% de las personas que pagaron el Aporte Solidario y Extraordinario a las grandes fortunas son varones. Y cuando la Inspección General de Justicia resolvió que hubiera paridad de género en los directorios de las empresas, la Cámara Comercial lo rechazó⁸.

4 Ver <https://www.aa.com.tr/es/mundo/durante-la-cuarentena-en-argentina-aumentaron-en-18-las-llamadas-por-violencia-de-g%C3%A9nero/2032532>

5 En <https://www.pagina12.com.ar/345125-trabajo-desigual>

6 Puede obtenerse más información en <https://www.pagina12.com.ar/343488-violencia-de-genero-en-pandemia-se-incremento-el-incumplimie>

7 Más información en <https://defensoria.org.ar/wp-content/uploads/2020/12/Estudio-sobre-ge%CC%81nero-Si%CC%81ntesis-.pdf>

8 Ver <https://www.lanacion.com.ar/politica/la-justicia-dejo-sin-efecto-una-medida-que-obliga-a-tener-igualdad-de-genero-en-los-directorios-de-nid12082021/>

En este sentido, así como las mujeres aún sufren el “techo de cristal” y el “suelo pegajoso” en los ámbitos económicos, también lo padecen en los ámbitos institucionales.

De acuerdo con el último Índice de Paridad Política realizado en la Argentina, las evaluaciones más negativas se encuentran en el Poder Judicial, como consecuencia de “la presencia mínima de mujeres en la Corte Suprema de Justicia, su ausencia en la Cámara Nacional Electoral y la no existencia de un mecanismo de género en los máximos órganos jurisdiccionales electorales”.

En la Administración Pública Nacional se aprecia un bajo porcentaje de mujeres Ministras en el Gabinete Nacional, apenas un 14%. “Si bien varios indicadores presentaron un incremento debido a que en las elecciones legislativas de 2019 se implementó por primera vez la Ley de Paridad, no hubo mujeres integrantes de la Mesa Directiva de la Cámara de Diputados y el porcentaje de mujeres jefas de banca descendió notablemente”⁹.

Y en el ámbito universitario, sólo 7 de las 66 casas de estudio públicas tienen rectoras, con intención de perpetuar una realidad persistente, ya que “desde hace años el porcentaje de mujeres en estos cargos es inferior al 10% del total”¹⁰.

Como correlato, en términos de legitimación y socialización de información y conocimiento como fuentes de información, las mujeres continúan siendo silenciadas. Durante la pandemia, sólo 2 de cada 10 fuentes de información sobre el COVID-19 fueron mujeres, mientras que en el ámbito sanitario la mitad de las personas que trabajan son mujeres¹¹.

9 Índice de Paridad Política desarrollado por el PNUD Argentina, ONU Mujeres Argentina, IDEA Internacional para América Latina y el Caribe, con la participación del Ministerio de Mujeres, Géneros y Diversidad y el Ministerio del Interior de la Nación, en el marco de la Iniciativa Atenea.

10 Ver <https://www.pagina12.com.ar/251027-paridad-de-genero-algo-mas-que-un-debate-por-los-cargos>

11 Relevamiento realizado por el Observatorio de Medios de la Universidad Nacional de UNCuyo

De la misma manera, el 70 por ciento de las notas firmadas y el 100 por ciento de los editoriales en medios digitales fueron de varones, es decir que sólo 3 de cada 10 notas llevan la firma de una mujer y ni un solo pensamiento editorial estuvo en sus manos.

En cuanto al diseño de la conducción y dirección empresarial debe apuntarse la subrepresentación de las mujeres, “son menos de un tercio en los altos cargos de dirección periodística, 30,4%”, sumado al “acceso moderado a todos los niveles jerárquicos de las redacciones y ausencia de mujeres entre las y los accionistas”.

Las trabajadoras también son menos que los varones, en promedio ascienden al 37%, padecen desigualdad salarial, a pesar de que tener mayor nivel de formación, ya que el 61,5% de quienes egresan de carreras de comunicación o afines son mujeres (Chaher y Pedraza, 2018).

Los contenidos, como se mencionó, son contruidos y presentados mayoritariamente por varones, con prevalencia de fuentes de información masculinas, con agendas y enfoques aún patriarcales. “Sólo un cuarto del total de noticias fue presentado por columnistas mujeres, con un incremento verificado para ellas en la cobertura de temas de ‘salud’ y ‘géneros’. Sigue siendo notoria la ausencia de otras identidades de género entre quienes presentan o comentan las noticias”, detalló el Monitoreo 2019, realizado sobre la televisión abierta por la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Preguntas emancipatorias

Ante la profundidad de la asimetría, urge transformar esta realidad de desigualdades estructurales y de representación de géneros, como parte de los conflictos persistentes en el periodismo del siglo XXI, en una sociedad atravesada por violencias físicas (femicidios y femicidios como “un continuum de terror anti-femenino”), psicológicas, sexual, patrimonial y simbólica (*Ley Micaela*, 2021).

Para hacerlo, se requiere un análisis pormenorizado en cuatro dimensiones relacionadas entre sí: la “empresa” periodística, las trabajadoras, los contenidos y la ciudadanía comunicacional, interrelacionadas a su vez en un escenario mayor en que la centralidad de la escena no la ocupa la comunicación como derecho humano, sino la mercantilización, el objetivo de ganar dinero poniendo a la venta un bien social.

En ese orden de ideas, el camino hacia la despatriarcalización es inescindible de la desmercantilización. La construcción de un nuevo paradigma a partir de la consagración de la comunicación comprendida como derecho humano y las audiencias como sujetos plenos de derecho requiere jerarquizar esta conceptualización jurídica, política y social (Ottaviano, 2020).

Si la comunicación es un derecho humano, el Estado tiene un rol de garante, impulsor activo de políticas públicas para la vivencia y pleno goce de ese derecho. Desde esa perspectiva puede comprenderse que toda comunicación es pública, luego de gestión estatal, indígena, privada, con fines de lucro, universitaria, comunitaria, alternativa y popular (LSCA, 2014).

La reconfiguración del paradigma analítico exige, además, crear pedagogías de la inclusión y la solidaridad (Varela, 2021¹²), como parte integrante de un ideario emancipatorio, guiado por nuevas preguntas que delineen el camino interdisciplinario necesario para despatriarcalizar y desmercantilizar los servicios de comunicación gráficos, audiovisuales y digitales en las cuatro dimensiones señaladas.

En la estructura directiva resulta fundamental indagar sobre la existencia de paridad en la integración del Directorio o del esquema corporativo para la toma de decisiones de lo que se conoce como la “empresa periodística”.

12 Fragmento extraído del discurso de la Dra. Andrea Varela en el marco del panel “encuentro de elaboración de un código de ética para medios públicos”, 2021. Más información disponible en: <https://perio.unlp.edu.ar/2021/06/25/periodismo-participo-de-un-encuentro-de-elaboracion-de-un-codigo-de-etica-para-medios-publicos/>

Es importante, además, preguntarse si existe un enfoque de género en el accionar, si se cuenta con procedimientos y un código de ética feministas para regir la labor. Si los procesos de selección de personal, ascensos y promociones, siguen lineamientos o se incluyen cuestionarios diferentes para hombres, mujeres, y colectivo LGTTT-BIQ+, así como requisitos diferenciales para el ascenso. También si se realizan capacitaciones periódicas, jornadas de sensibilización, campañas de concientización endógenas y exógenas.

En la redacción se puede determinar si hay paridad en todas las áreas, incluidas la periodística, tecnológicas, de distribución, administración y comercialización. A su vez, si hay paridad en los puestos de decisión, si se realizan asambleas o encuentros que promuevan la participación activa de quienes integran la “empresa” y si todas las personas ganan el mismo sueldo por igual tarea o a hay distinción por géneros.

Por otra parte, la estructura física debe concebir la infraestructura adecuada, desde baños y vestuarios, hasta lactarios, espacios de cuidado de primeras infancias, o medidas para acceder a ellos, así como permisos y licencias filiales, protocolos para casos de violencias contra las mujeres y el colectivo LGTTTBIQ+, con sus respectivas licencias, y si existen áreas de género, Defensoría de las Audiencias o alguna figura como Observatorios y Editora o Editor de Género.

En cuanto a los contenidos resulta ineludible clarificar si la línea editorial, las agendas, enfoques son con perspectiva de géneros, si hay paridad en las fuentes de información y opinión, si se consideran recomendaciones para las coberturas de violencias contra las mujeres y el colectivo LGTTTBIQ+ y si se usa lenguaje no sexista o lenguaje inclusivo.

Sobre la ciudadanía comunicacional se recomienda considerar si hay espacios para que las audiencias hagan aportes y reclamos, se expresen y difundan sus miradas, si existe un Código de Ética que determine el compromiso establecido por la redacción con ellas, y mecanismos de aplicación y control, si hay políticas de rectificación, respuesta y reparación del daño ante la vulneración del derecho hu-

mano a la comunicación y ámbitos de capacitación y alfabetización comunicacional.

Para concluir, se propone que esta radiografía plena sobre cada una de las dimensiones y las intersecciones posibles contemple en qué campo se inscribe la emergencia de una ciudadanía comunicacional, con rasgos de “colonialidad, eurocentrismo, comunicación concentrada y patriarcado” (Ottaviano, 2020, p.102) entramado aún con fuertes resistencias no sólo entre las audiencias, sino entre periodistas y comunicadoras y comunicadores.

Así como la justa dimensión de investigación compartida que se propone de *Operación Masacre* no desmerece la obra de Rodolfo Walsh, sino que, por el contrario, la pondera en perspectiva histórica con la inclusión de *Historia de una investigación*; la evaluación de la estructura periodística, la redacción, las relaciones laborales, la producción y el vínculo con las audiencias en el ámbito comunicacional no descalifica las trayectorias hasta aquí cosechadas.

Por el contrario, desde esos caminos que reconocen exclusiones y ausencias, se promueve la erradicación de las violencias por cuestiones de géneros, en encuentros constantes y activos con las audiencias como camino posible para el desarrollo de un periodismo democrático, una comunicación inclusiva y la construcción colectiva de una ciudadanía comunicacional emancipatoria, actora decisiva de las democracias interculturales.

Referencias bibliográficas

Área Práctica de Género del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en América Latina y El Caribe (2011). *Manual de Género para Periodistas. Recomendaciones básicas para el ejercicio del periodismo con enfoque de género*. Disponible en <https://www.eird.org/orange-day/docs/genero/manual-de-genero-para-periodistas-pnud.pdf>

- Centro de estudios, Investigaciones y Opinión (CEIO) y Observatorio de Igualdad de Género de la Defensoría del Pueblo de la Ciudad de Buenos Aires (2021). Hábitos, Percepciones y realidades acerca de la Des/igualdad de género.
- Chaher, S. y Pedraza, V. (2018). *Organizaciones de medios y género. Igualdad de oportunidades para mujeres y personas LGTTBBIQ+ en empresas, sindicatos y universidades*. FUNDEPS (Fundación para el desarrollo de políticas sustentables), Ciudad de Buenos Aires.
- Gómez Alcorta, E. (2021). “Construir soberanía feminista”, recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/347996-desigualdad-de-genero-en-la-economia>
- Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522 y Decreto Reglamentario 1225/10*. (2014). Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual.
- Ley Micaela. Capacitación obligatoria en género para todas las personas que integran los tres poderes del Estados* (2021). INC Editorial. Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- Muñiz, E. (2019). *Historia de una investigación. Operación Masacre de Rodolfo Walsh: una revolución de periodismo y (amor)*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Planeta.
- Navarro, P. (2021). *Mujeres periodistas, praxis y tensiones en Nuestra América*. Universidad Nacional de Villa María. Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales. Córdoba.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT) (2021). Mujeres en el mundo del trabajo: Retos pendientes hacia una efectiva equidad en América Latina y el Caribe. Disponible en_ https://www.ilo.org/americas/publicaciones/WCMS_715183/lang--es/index.htm
- Ottaviano, C. (2019) *El desafío de construir una comunicación inclusiva. Lenguaje no sexista vs. Lenguaje inclusivo*. Buenos Aires, Ediciones EPC de Periodismo y Comunicación UNLP, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Colección Palabras que Hablan. Disponible en <https://perio.unlp.edu>.

ar/wp-content/uploads/2020/05/Taller-de-Lenguaje-Inclusivo-2020-EPC-PRENSA-GENERO.pdf

- (2020). *Derecho humano a la comunicación. Desconcentración, diversidad e inclusión los desafíos comunicacionales del siglo XXI desde las perspectivas de las Defensorías de las Audiencias*. Buenos Aires: Punto de Encuentro-Undav Ediciones.
- Segato, R. (2018). *Contra-pedagogías de la crueldad*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Prometeo Libros.
- Walsh, R. (1957). *Operación Masacre*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ediciones de La Flor

¿El lenguaje es inclusivo? ¿Podemos hablar el mismo idioma?

Liliana Viola

He sido un niño en mi infancia. Y luego he sido un hombre a lo largo de mi vida muchísimas veces, siempre contra mi voluntad, siempre como si hubiera sido lo más natural del mundo.

Desde las primeras lecturas escolares, igual que mis amigas, las maestras y el resto de la población, todas y todos fuimos considerados “los hombres” cuando los manuales se referían a “las conquistas del hombre”, “la evolución del hombre” o “las diferencias entre animales y hombres”. Tuve que ser niño o padre el día del niño, en los juegos para niños, mirando programas para niños, o en reuniones que se anuncian como “Reunión de padres” aunque la asistencia registre amplia mayoría de madres. Es decir: toda infancia hablada en castellano desarrolló una destreza –tan mecánica como la de saltar a la soga o andar en bicicleta– para discernir cuándo el género que designaba a una parte de la población se volvía una categoría superior capaz de incluir (¿o engullir?) a otra gran parte. El ejercicio que hemos venido haciendo y que hace muy poco cobró cierta extrañeza, consiste en una suerte de traducción simultánea que se nos activa en silencio: cada vez que aparece “el hombre” una voz interna nos dictaba a nosotras: “y las mujeres también”. Mujeres, travestis, y en fin, todas aquellas personas que nos identificamos con los pronombres femeninos, hemos sido educadas para hacer la vista gorda. ¿Y el res-

to? Para transitar en un surco de mano única, donde lo habitual es ser nombrados siempre, no sólo con una jerarquía indiscutida sino, además, como representación de lo neutral. ¿Puede haber neutralidad? Lo femenino, en el lenguaje repartido de este modo, trae siempre otro perfume, una desviación, un componente hormonal. Lo femenino nunca es neutral.

- “¿Qué clase de hombres somos las mujeres? ¿O qué parte?”
- No se haga la tonta, señorita. Hombre tiene dos significados, es el hombre común de carne y hueso, y es el hombre universal, incluye a todos.”

Más o menos en estos términos se zanjaba la discusión en clase, si es que se producía. ¿Esto es lenguaje inclusivo? ¿Existe un lenguaje capaz de no excluir? La discusión que se produce hoy en el plano de la gramática deja en evidencia que las cosas no son tan sencillas como lo planteaba la señorita. El pronombre femenino no está simplemente incluido en el otro. Al haber sido corrido de la generalización, lo femenino es siempre una excepción. Así, entonces, por ejemplo, debo reconocer que “uno mismo” en ocasiones como esta recurre al masculino porque suena más serio (y hormonalmente neutral) que si digo “una misma”, tal como la gramática me lo permitió siempre. Aquí, entonces un ejemplo de sumisión, se dirá que estoy usando el masculino sin que nadie me lo pida. ¿Sin que nadie me lo pida? Repíto: ¿se puede hablar de un lenguaje inclusivo?

No se trata, entonces, de que la palabra hombre tiene dos sentidos diferentes, uno individual y uno universal, sino que la palabra mujer tiene un destino fijado en la lengua. ¿Quién se sentiría representado/a por una Constitución Nacional que comenzara con “Nos, las representantes del pueblo argentino”, aún en el caso de que las firmantes hubieran sido, efectivamente, señoras? La disputa pública por la validez de la palabra “presidenta” frente a una supuesta ley gramat-

ical que impone “presidente” es una secuela de la saga de la exclusión. La disputa que tanto tiempo duró, y en gran medida liderada por el periodismo, sobre si debe decirse el travesti o la travesti, es otra. En ambos casos, sinceramente, ¿de verdad podemos decir que se trata de una discusión que se pueda dar en el terreno de una Real Academia?

En el siglo XXI aquel “hombre universal” está en retirada. No sin resistencias, violencias de todo grado y esa batería de burlas que reciben los débiles cuando levantan la mano. Pero es ineludible. Si hoy en una escuela primaria se cursa una invitación de cumpleaños para “los chicos del grado”, las niñas piensan, sin ironía de por medio, que no están invitadas. Han nacido en un tiempo en que se habla de las infancias y se usan los pronombres. Un tiempo en que el habla se multiplica y también se vuelve un tanto burócrata con la enumeración del todos y las todas y les todes.

¿Es posible discutirle al lenguaje? ¿Se puede forzar el vocabulario a voluntad? Aunque respondamos que no, gramática en mano, parece que sí. Cuando se hizo visible que el “hombre universal” presente en la palabra “homicidio” estaba encubriendo crímenes del hombre real, aparecieron los neologismos femicidio y travesticidio que marcaron un cambio de rumbo jurídico, y en la percepción de otra metáfora muerta tan visitada por el periodismo del siglo pasado, el “crimen pasional”. Si esas palabras nuevas no alcanzan para terminar con las muertes, sin duda dan cuenta de un otro modo de ver el mundo, de revisar sentidos, de darle un vocabulario a lo que no lo tenía. Un sentido que se deja oír en el grito contemporáneo, con forma de hashtag: #NiUnaMenos.

Desconfío de un lenguaje que incluya. Prefiero convivir con un lenguaje que incomode. Que con su cacofonía, con su redundancia, con su deliberado error, denuncie una falta. Tal vez en esta incomodidad se encuentre la tradición que se le reclama al TODES, a la letra E, que tanto perturba a los puristas. ¿Se usará el todes para incluir a todes? ¿Acaso podemos dejar de preguntarnos de dónde viene la letra e y de dónde el rechazo apasionado que provoca en algunos? La guer-

ra de los pronombres no es una guerra de los sexos como se entendía el siglo pasado, tampoco una farsa más de la llamada grieta, aunque se pretenda flamear como bandera.

Gordes en el discurso social: estigma e identidad en la diversidad gorda

Lux Moreno

En el presente trabajo nos proponemos abordar el estado actual de los activismos de la diversidad corporal, específicamente el activismo gorde en los repertorios culturales y discursivos que ofrece la plataforma Instagram. Para esto exploraremos brevemente cuál es la gesta del activismo en cuestión en la región latinoamericana y cómo sus expresiones en el campo de la positividad corporal han influido en un creciente cambio en las semánticas de la obesidad. Es decir, cómo la palabra gordo/a/e se ha retomado para analizar críticamente las estereotipaciones que conlleva su enunciación, así como se ha transformado el insulto en una identidad política para expresar la violencia sobre las corporalidades diversas. Para poder llevar adelante este recorrido hemos recortado algunas expresiones en la plataforma virtual de tres activistas locales de Argentina: Samanta Alonso, Yesica Reyes y Beltrán Horisberger en torno a la difusión que realizan en las redes sociales.

A modo de introducción podemos rastrear una breve genealogía del activismo gorde y su desarrollo en Latinoamérica. El movimiento de aceptación gorda o de liberación gorda surge a finales de los años 60 como parte de las tendencias que proliferaron en el campo político de la identidad y la igualdad de derechos. Lo cuales se han enmarcado dentro de los movimientos feministas de la tercera ola y *queers* en los países anglosajones (Estados Unidos e Inglaterra), que se en-

focaban por conseguir el reconocimiento de la igualdad tanto social como legal. Desde su surgimiento el movimiento de la grasa¹, se ha producido un proceso de transformación respecto de las estrategias de lucha, así también en lo que respecta a su producción teórica.

Las primeras manifestaciones del movimiento fueron aisladas y se centraron en considerar con especial atención al modelo de obesidad que operaba como dominante en la sociedad. A partir de esto se puso de manifiesto los estereotipos negativos que circulaban alrededor de la concepción de o “gordo” u “obeso”, desarrollando las razones por las cuales se generaba cultural y socialmente discriminación respecto de estos tipos de cuerpos. Con el aumento de la medicalización y el control de los cuerpos por parte de los Estados Nación, surge la necesidad dentro de las políticas de gobierno de un control de las corporalidades. Esto remite a que la obesidad se significó, mediante un proceso sostenido desde el comienzo del siglo XX, como una condición que afectaba la aptitud productiva de que era “padecida”. Es decir, la gordura se volvía un factor de ineficiencia en términos del mercado. Con la aparición de estos primeros movimientos aislados con la consigna de *Orgullo Gordo*, es decir una revalorización de los sentidos y estereotipos que circulaban alrededor de la concepción de gorde.

El gorde como señalado social

Podemos señalar los años 90 como el período de profundización de las políticas gordofóbicas². En particular señalamos, como caso paradigmático, el de los Estados Unidos, país en el que se declaró la guerra contra la obesidad, en 1998, como política de Estado. Esto generó un proceso generalizado de discriminación hacia todas aquellas

1 Utilizamos en este texto la traducción de *fat* como grasa.

2 Cuando nos referimos a gordo fobia hablamos de todas las actitudes y/o comentarios que refuerzan la cultura de la delgadez como sinónimo de bello, saludable, reconocible y exitoso en contraposición a la estereotipación de lo gorde/obeso como feo, enfermo, invisibilizado y fracasado social.

personas con corporalidades gordas, quienes eran sistemáticamente expulsadas de los servicios de salud. En segundo lugar, a nivel global se establece desde la Organización Mundial de la Salud una reducción del tope “saludable” del Índice de Masa Corporal (IMC)³, es decir a partir de esta operación la mitad de la población mundial era considerada obesa. Por último, la declaración del sobrepeso y la obesidad como una patología crónica por el mismo organismo internacional. Este contexto sociopolítico implicó una diversificación en los proyectos del colectivo gorde, ahora incluyendo las variantes de clase, raza, sexualidad, región geopolítica, etc. Así como se registró una gran producción de blogs con la temática de la gordura que constituyó el espacio de lo personal desde una nueva discursividad política que se anclaba en una revisión estructural de las corporalidades gordas dentro del sistema capitalista. Estos numerosos fenómenos han generado una expansión de los movimientos de la gordura en diversos lugares del mundo con experiencias distintas sobre las cuestiones de la alimentación, la positivización de los cuerpos gordes como espacios del deseo, la constitución de dispositivos de control de los cuerpos a partir de la patologización en tanto “patología crónica” y “pandemia”, y las sanciones sociales, etc.

La aparición de políticas sanitarias, surgidas en los últimos cuarenta años, para erradicar la creciente población con obesidad y/o sobrepeso son alarmantes. Esto tiene una incidencia inmediata en el acceso a cobertura médica, vestimenta, configuración de los espacios públicos, entre otros. Así como un refuerzo en la discriminación de todos aquellos cuerpos que no cumplan ciertas normas estandarizadas sobre el peso. Los Estudios de la Grasa o estudios gordos (*fat studies*) se han inscripto en la conquista de espacios donde repensar los estereotipos corporales, entre otras formas de reinterpretación de los cuerpos. Marilyn Wann expresa que llamar a la gente “obesa” medicaliza la diversidad humana y, como consecuencia, se busca una cura a esta “patología” que re-

3 El índice de masa corporal o IMC es la relación matemática entre la altura y el peso.

fuerza los prejuicios y las connotaciones negativas respecto del gorde u obese. Asimismo, la autora afirma que esta apreciación del gorde como alguien que debe buscar una “cura” también lleva a generar actitudes y políticas de odio sobre les gordes; el único diagnóstico certero que podemos hacer respecto de un gorde es el nivel de prejuicios y estereotipos que porta el observador (Wann, 2009⁴).

En Latinoamérica, análogamente a partir del desarrollo de las redes sociales y el fenómeno de la globalización, se generó un acceso inmediato a debates, información y visibilización de este tipo de militancias, donde proliferaron diferentes grupos de concientización respecto de esta temática. Fanzines, grupos en Facebook, talleres, la inserción de los activistas gordes en algunos lugares de exposición política, académica y mediática. Así también empezaron a conformarse líneas distintas de discusión que remarcan la necesidad de generar textos, políticas, intervenciones sobre la gordura a partir de visiones geopolíticamente situadas. Es decir, el activismo de la grasa en América del Sur ha comenzado a generar materiales propios que expresan rasgos distintivos con posiciones de las más diversas. En los últimos años, se han encontrado estrategias híbridas respecto a la positividad corporal que han implicado no sólo reivindicar los estereotipos negativos, sino también generar espacios de denuncia social. Por último, debemos considerar que en la República Argentina los resultados preliminares del Informe 2019 sobre discriminación elaborado por el Instituto Nacional contra la Discriminación, el Racismo y la Xenofobia (INADI) han puesto en el segundo lugar de importancia a la gordofobia en el Mapa Nacional de discriminación. Lo que ha llevado a marcar notoriamente en la opinión pública un abierto rechazo a violencias gordofóbicas específicas. Es el caso de la publicación de la *Revista Caras* en julio del 2020, la cual expresaba un titular sobre la corporalidad de la princesa Amalia de Holanda, esto suscitó una serie de manifestaciones en contra, pero también el

4 Revista *Inclusive*, INADI. N° 4, Año II. Septiembre 2021. Fragmentos traducidos de *The Fat Studies Reader*, Marilyn Wann, 2009.

posicionamiento de varias funcionarias públicas. Lo que claramente es un indicador de como se ha ido instalando la cuestión de las corporalidades diversas, pero también un incipiente proceso de desnaturalización de la violencia gordo odianante.

Una semántica sobre los gordos

Cuando nos referimos a la palabra gordo/a como un insulto o un señalamiento peyorativo debemos dar cuenta de una etimología y semántica propia de la palabra asociada a los términos obesidad y sobrepeso. La palabra gordo remite en el Diccionario de la Real Academia Española al término obtuso, insensato o torpe, sin embargo, algunas acepciones como “el que tiene mucha carne” o “el muy abultado y corpulento” fueron añadidas de manera tardía en el siglo XIV (Fernández-Ramírez & Baleriola Escudero, 2012). El autor Georges Vigarello en *Historia de la Obesidad, metamorfosis de la gordura* (2010) coincide en que en los años centrales de la Edad Media, desde el siglo XIII, la figura del gordo empieza lentamente a verse en la mira de las críticas por la falta de agilidad en las actividades de caballeriza que promovía el modelo de cortes. En este sentido, la distinción “gordo” de “muy gordo” sólo era un señalamiento sancionatorio si refería a la imposibilidad de montar a caballo, moverse o realizar actividades relacionadas con la guerra (Vigarello, 2010, p. 24). El proceso que marcó la estigmatización de las existencias gordas tuvo lugar desde el siglo XIX hasta nuestros días, lo que ha llevado a que la palabra gordo sea utilizada con connotaciones ambiguas y una asociación directa con la obesidad. Esto se debe a una serie de metáforas, eufemismos y figuras retóricas que generan actitudes de rechazo y prevención asociadas a la forma de nombrar a la obesidad como una enfermedad crónica de acuerdo a la Organización Mundial de la Salud. Especialmente, como señalan Baltasar Fernández Ramírez y Enrique Baleriola Escudero en “Estigma e identidad de las personas obesas en

la semántica del discurso público” (2012), el argumento principal que se establece alrededor de la figura del gordo es considerar un factor de riesgo⁵ transformando esto en un sinónimo de enfermedad⁶. En este punto podemos definir al gordo/a/e desde un proceso de estereotipación que remite a la concepción peyorativa respecto de determinados tipos de corporalidades. A su vez obeso/a/e indica la patologización de aquello que es considerado gorde. Se podría decir que gorde y obese son dos dimensiones que configuran la cuestión de valoración negativa de estos tipos de corporalidades. La obesidad entonces se definirá a partir de las supuestas consecuencias que trae asociadas como la pobreza, infelicidad, marginación social, enfermedad, entre otras. Que a su vez configuran una extensa cantidad de expresiones que van desde el uso del *gordo*, *obeso* y el sintagma *persona con sobrepeso* como formas nominales de la gordura en términos genéricos, esto también se da en aquellos sintagmas que relativizan la gordura y la ponen en el límite de lo aceptable. Es decir, expresiones como “algunos kilos de más” o “mantener un peso razonable” o el uso de diminutivos para relajar su tono crítico. Por último, aquellos modos de referirse a las personas gordas por medio de elocuciones como hipérbolos y expresiones superlativas que expresan una exageración de los supuestos defectos para poner a la delgadez como un lugar de la moderación y de lo deseable (Fernández-Ramírez & Baleriola Escudero, 2012, p. 324).

Sin embargo, como contracara de esta semántica de la obesidad surge la figura del gordo/a/e que aparece en las manifestaciones iden-

5 Consideramos, siguiendo al activismo gorde de la posición crítica, que la obesidad y el sobrepeso no remiten a una patología crónica puesto que marca el carácter irre recuperable de la figura del gordo asociándolo a una subjetividad y/o identidad quebrada. Lo que trae como consecuencia una estigmatización de la diferencia corporal asumiendo que todas las gorduras son necesariamente patologizantes, pero al mismo tiempo sostienen el imaginario pandémico de la obesidad y el sobrepeso que se promueve desde los años 80.

6 Actualmente desde el Ministerio de Salud de la Nación se trabaja sobre la temática de obesidad y sobrepeso como un “problema de salud” en los cuadernillos de actualización de tratamiento clínico que no implica un factor de riesgo o una patología.

titarias del activismo gorde. En estas manifestaciones se expresa una señal de identidad como “ser gorda” relacionadas al ánimo de autoafirmación como negación de aquello que no se es. Es decir, retomar la afirmación de gordo u obeso implica un movimiento de alejamiento de aquellos sintagmas que se han cristalizado o se han vuelto tópicos respecto de la obesidad y se han normalizado en nuestro lenguaje. Desde el marco lingüístico, Mercedes Bengoechea señala en “Cuerpos hablados, cuerpos negados y el fascinante devenir del género gramatical” (2015) que la marca de sí de la persona enunciativa abarca tanto las expresiones del YO en el sentido de su perspectiva, como también de su sexualidad y corporalidad. Es decir, la subjetividad gorda aparece como marca en el discurso que desafía los usos convencionales asociados a este término. Es aquí en las construcciones enunciativas donde debemos preguntarnos cómo se enuncia el sujeto, es decir si existen marcas en las que se nos muestre en el lenguaje la referencia de cierta identidad.

Desde la teoría de la enunciación se han aportado nuevos criterios metodológicos que constituyen la investigación empírica del sujeto (Ynoub, 1998). En particular, la introducción de la noción de espacio como una construcción semiótica significativa da lugar a una nueva óptica para indagar sobre las huellas que deja el sujeto en la articulación entre el punto de vista y la experiencia (Filinich, 2001). En el cual el lugar de enunciación se constituye desde posiciones que son fijadas desde la teoría social. Es decir, que la relación entre el sujeto y esa experiencia en relación a la enunciación del espacio implica dar cuenta de un punto de vista que remitirá tanto a la posición de la subjetividad como a la del objeto. Es en el mismo proceso de percepción que se produce un fenómeno de separación, o como denomina María Isabel Felinich en Enunciación (2001), un efecto-sujeto que se transforma en la fuente de orientación perceptiva y un efecto-objeto que aparece como la finalidad de dicha percepción. Asimismo, esta percepción del espacio dentro de la enunciación sufre un proceso de deictización, es decir se fija un significado semántico, pero su sig-

nificado denotativo varía dependiendo del acto perceptivo en tanto se manifiesta en los elementos deícticos del discurso. Esto también presupone que la aprehensión interpretativa del objeto siempre es imperfecta puesto que el sujeto no puede relevar la totalidad de las características del mismo.

En este sentido el correlato con los denominados indicadores enunciativos como aquellos que van a crear las condiciones de interlocución que posibilitan la condición misma del sentido resulta relevante para complejizar la relación entre la percepción, el acto enunciativo y la subjetividad. Las condiciones en las que el espacio se instaura como una condición semiótica implican modos de interacción del sujeto con su entorno espacial y experiencial siguiendo la línea de la fenomenología⁷. En este ejercicio perceptivo se inscribe el cuerpo propio como una actividad propioceptiva (Filinich, 2001), como un ejercicio que se despliega sobre la corporalidad. Esto resulta central puesto que el cuerpo aparece como un punto de mediación en el que se complejizan los tipos de facultades cognoscitivas. Sentir, tocar, hablar sobre las pasiones que configuran al sujeto de la pasión son ejercicios perceptivos que lo posicionan en la búsqueda de su identidad.

7 Desde la fenomenología la relación entre la percepción y el objeto se da por medio de una interpretación significativa o noesis que puede variar infinitamente dependiendo el punto de vista del sujeto. En cada acto de noesis se le confiere al objeto que percibimos una referencia objetiva, no adosándole una categoría como en el modo kantiano, sino que se atribuye una identidad en la diversidad de datos materiales del mundo. De este modo la aprensión intelectual constituye un noema o esborzo del objeto en sí. En términos lingüísticos en el plano de la expresión el noema es el significado del objeto y la noesis es el acto dador de significado. En esta misma línea argumentativa Filinich (2001) retoma los aportes de Fontanielle respecto de la percepción en la semiótica contemporánea donde simultáneamente estas aprensiones del objeto resultan imperfectas porque en el recorrido que hace el sujeto del objeto observado siempre presupone una fragmentación. Ya sea que el sujeto tome diferentes puntos de vista u organice el objeto a partir de un aspecto típico.

¿Quiénes son y qué implica ser gorda desde los activismos gordes?

Podríamos preguntarnos frente a estas posiciones qué significa como acto lingüístico el referirse a la categoría de gordo/a/e como identidad política. En primer lugar, siguiendo a Bengoechea (2015), podemos señalar la estrategia que proviene de las teorías *queers* y transfeministas donde les activistas toman una posición central adoptando su posición subjetiva como enunciando la universalidad o poniendo en jerarquía la exposición de esa experiencia. Veamos ejemplo tomado de la red social Instagram (@beltran_h): “Ser una persona gorda es ser patologizado y fetichizado a la vez (...)”.

En este caso el activista gorda enuncia su rol discursivo describiendo una identidad generalizada por la estereotipación de las personas obesas y con sobrepeso. La postura del enunciador anuncia una crítica a aquello que es definido como “normal” y apelando a la expresión de su identidad política. De hecho, el uso del verbo *ser* aparece para caracterizar un estado de cosas que implica la obesidad relativizando al sujeto de la oración. Es decir, en contraposición, si la frase expresara los efectos de *estar* gordo estos aparecerían como un estado “transitorio” en el sentido en el que el verbo muestra el pasaje por ese estado. Sin embargo, al enunciar “Ser una persona gorda (...)” aparece la gordura como un estado inamovible o indiscutible. El post continúa así: “La cosificación, acoso psicológico y aleccionamiento (no me es para nada ajena a la experiencia de un profesional de la salud aleccionándome) (...)”.

Allí Beltran señala que la responsabilidad recae sobre las personas gordas puesto que al “ser” gordes se derivan causalmente todas las asociaciones negativas a ese estado corporal.

En la misma línea la activista y modelo *plus size* Samanta Alonso dice: “Lo que venden como gordura ¿realmente lo es? ¿Qué es gordura y qué parámetro lo define? (...)”. Podemos señalar hasta aquí que las teorías de la enunciación pretenden dar cuenta de las huellas de la

subjetividad que aparecen en el entramado entre el discurso y la apropiación de la lengua. En esta línea la complejidad del espacio como construcción significativa permite interpelar el acto de la percepción como central para comprender la relación entre el efecto-sujeto y el efecto-objeto como la captación siempre inadecuada del mundo de la experiencia. En este sentido es necesario recuperar las repercusiones sobre la corporalidad en tanto entramado para comprender la identidad y si es posible referenciarla en estas interacciones entre lenguaje y sentido. La activista Samanta Alonso vuelve sobre la definición de la obesidad, es decir, quién autoriza ese sentido social que se comparte entre unos y otros. Las definiciones siempre expresadas por la autoridad médica o el organismo internacional de salud se expresan en tercera persona del plural, en ellas se define al obeso como aquel con peso excesivo o por fuera de los rangos de normalidad. Este tratamiento generaliza e impersonaliza a las personas gordas como objetos concretos de señalamiento y estigmatización. Es decir, no necesitamos un parámetro visible o determinado, la semántica propia de la obesidad habilita a la despersonalización y a la univocidad de un solo cuerpo posible: el delgado.

Es interesante en este punto considerar la propuesta de Judith Butler, en tanto el cuerpo propio y su relación con el mundo intersubjetivo nos permite considerar los modos de existencia de los sujetos se da en la materialidad de esos discursos. Estos modos de apropiación de la lengua de Benveniste pueden ser recuperados desde la óptica de la teoría de género de Butler. En primer lugar, debemos tener en cuenta su consideración materialista del discurso en el que se ha reconstruido una materialidad de los cuerpos como efecto dinámico del discurso, esto quiere decir que el discurso funciona como norma reguladora de la vida intersubjetiva. Butler aborda en *Cuerpos que importan* (2002) los modos en los que la categoría de sexo no resulta una condición estática sobre las corporalidades, sino un proceso en el cual las normas se materializan por medio del discurso. Esto implica que el modo en el que los enunciados se reiteran sobre

el cuerpo fija las normas que distinguirán aquellos sujetos dentro y fuera de las mismas. Es en este proceso de reiteración en el que el sexo se transforma en un proceso de adjudicación a un discurso en el cual se realiza un proceso de identificación. Sin embargo, el proceso de identificación con los imperativos sobre la sexualidad a través de los medios discursivos permite ciertas identidades y excluye a otras (Butler, 2002). Es decir, si bien el proceso de subjetivación se encuentra anclado a la materialidad prevista por la relación entre el cuerpo y el discurso, este último genera condiciones de posibilidad para ser nombrado. Esto es, aquellos sujetos que quedan abyectos de estos modos de reconocimiento en los medios discursivos serán reconocidos en tanto abyectos. El mismo proceso de reiteración que materializa a los cuerpos produce o desecha en ese proceso a aquellos que no gozan de la jerarquía de sujeto. Circunscribirse dentro de las normativas discursivas transforma al sexo en una categoría que referencia la posibilidad de reconocimiento y de una vida vivible por medio del lenguaje.

Por otra parte, la autora discute con la idea de que el cuerpo sea como postulado anterior al signo o significado previamente. Ya que la corporalidad entendida desde esta perspectiva sería un efecto de la significación, cuyo carácter se reduciría a una mimesis y a una representación netamente atribuida al lenguaje. Es decir, el cuerpo aparecería como un reflejo necesario de ese juego entre enunciación y discurso. Butler señala, en este punto, que por el contrario el cuerpo se manifiesta como un espacio productivo, constitutivo y hasta performativo (Butler, 2002) porque el acto significativo lo delimita y circunscribe a estas normas culturales. Lo que consiste en sostener que no se trata de una mera gramática que funciona como matriz para desarrollar una única subjetividad, sino en un proceso dinámico donde la formulación del sujeto en su posición gramatical y la metafísica lo constituyen en un proceso no unilateral que se da en la reiteración preformática de las normas culturales. En este sentido, la concepción que sostiene la autora sobre la performatividad, que

deriva de la filosofía del lenguaje de J. L. Austin, es la de una práctica discursiva que produce aquello que nombra.

Si el cuerpo es un efecto entre la enunciación y el discurso, la marginalidad en la que se constituye el activismo gorde implica interpelar nuevas textualidades, pero también nuevas encarnaciones discursivas que hagan visibles a la identidad gorda. Para esto Yesica Reyes, activista gorda y modelo *plus size* retoma la cuestión de la belleza como otro eje central para re semantizar u oradar la figura del gorde.

(...) Las personas gordas no solo somos tratadas diferentes a lo largo de nuestras vidas, sino que somos consideradas feas por el hecho de considerar un cuerpo no normativo. Lo que a las personas les cuesta entender es que estas palabras no son sinónimos, y que la percepción de la belleza individual no está ligada al cuerpo, tanto así que lo que es bello para unos no necesariamente lo es para otros. Determinar que una persona es fea o bonita basados en el tamaño de su cuerpo es atentar contra la integridad de esta, es violentarla de tal manera que termine de creer que es cierto. (...)

La publicación de Reyes apela a retornar sobre la estereotipación, la cual funciona como un efecto del reconocimiento de los otros. Es decir, que los actos enunciativos que aparecen como actos de producción o discursos del lenguaje corresponden a los efectos que alcanza la teoría de la enunciación en relación a la construcción de la subjetividad. Ya que el acto que instituye al sujeto en su relación con la enunciación tiene que ver con las instancias institucionalizadas en contextos pragmáticos-sociales. Esto es, al enunciarse en el “yo” se instituye una relación con la experiencia perceptiva en primer lugar, que se sigue de la aprehensión que se ha tenido de estas formas de dar sentido a las corporalidades diversas. Estos cuerpos aparecen no sólo en la mera materialidad, sino que se hacen visibles en un macro

contexto en el que se estimula su producción y reiteración (Ynoub, 1998). Dichos cuerpos, a su vez, están signados por la lógica propia de las normativas culturales siguiendo la perspectiva butlereana.

Es decir, que las manifestaciones de les activistas gordes implican una intervención en el campo de lo discursivo crucial. Donde no sólo se trata de otorgar una semántica distinta a la gordura, sino de generar procesos de desestabilización de los discursos esencialistas y brindar nuevos espacios discursivos (Bengoechea, 2015). Por otro lado, es en estos procesos de producción-reproducción donde las diversas subjetividades aparecen y el cuerpo se consigna como una referencia a través de la cual se organiza el espacio. Esto es, el efecto-sujeto como fuente de orientación perceptiva y el efecto-objeto como fin de la percepción enmarcan huellas tangibles en la enunciación en tanto enunciación corporal de la subjetividad. La especificidad de la corporalidad dentro del campo de las teorías de la enunciación nos permite comprender que no se trata del mero cuerpo orgánico, sino que sobre este se solapan las formas de agenciamiento de esa subjetividad.

En este punto la performatividad nos permite comprender la instancia en la que la cita produce, mediante un proceso de reiteración, un modo de singular de encarnar o imprimir sobre la materialidad de los cuerpos ciertas normativas que son sostenidas en nuestra cultura. En el caso de las subjetividades gordas se hace necesario volver a pensar el cuerpo propio como espacio de percepción y posibilidad de enunciación, lo que implica dar cuenta de los modos de subjetivación que se inscriben en las huellas propias de los actos del habla. No sólo se trata de referenciarlo a la dimensión espacial, sino que en los estratos de sociabilidad que se manifiestan como lugares siempre cambiantes se producen múltiples posibilidades intangibles que obran sobre las subjetividades. En esta línea la formulación de un yo corporal y un yo enunciativo se inscribirá sobre una suerte de sedimentación entre la iterabilidad de la cita y los modos de enunciación en los que aparece esa subjetividad.

Es por esto que, a modo de conclusión, se destacan las intervenciones de los activistas gordes argentinos que van desde las líneas de la positividad corporal a la perspectiva crítica. Los activismos gordes han ido cambiando e interseccionándose entre sí mediante un proceso de hibridación que responde a nuevas formas de resistencia a la asimilación o a las lógicas de guetos. En nuestro país en los últimos tres años se ha acrecentado la exposición de los modelos *curvys* y *plus size*. En particular podemos mencionar a los casos citados como paradigmáticos en el crecimiento e hibridación del activismo gorda regional. Tomamos aquí el concepto de hibridación como la transformación de las prácticas activistas de la diversidad corporal en líneas heterogéneas que no responden únicamente a prácticas de positividad corporal o de la perspectiva crítica, sino que han generado tráficos entre una y otra, las cuales han interseccionado en formas variadas de intervención social y cultural. En este sentido la hibridación muestra una estrategia de proliferación identitaria discursiva en las redes sociales, pero también de resistencia a los procesos u estrategias de asimilación al mercado de consumo. Donde los modos de darse de las subjetividades gordas variarían según las coordenadas o cartografías que se den en estos grupos y en especial en las formas de enunciación que toman.

Referencias bibliográficas

- Bengoechea, M. (2015). "Cuerpos hablados, cuerpos negados y el fascinante devenir del género gramatical". *Bulletin of Hispanic studies*, 92 (1), 1-24.
- Butler, J. (2002). *Cuerpos que importan*. Buenos Aires: Cultura Libre.
- Fernández-Ramírez, B. & Baleriola Escudero, E. (2012). "Estigma e identidad de las personas obesas en la semántica del discurso público". *Discurso & sociedad*, 6, 314-356.
- Filinich, M. I. (2001). *Enunciación*. Buenos Aires: Eudeba.

- Moreno, M. L. (2017). "Gordxs militantes: Breve esbozo sobre los procesos de visibilidad/ invisibilidad del activismo gordo en la actualidad argentina". Publicación en Actas. XIII Jornadas Nacionales de Historia de las mujeres. VIII Congreso iberoamericano de Estudios de género: "Horizontes revolucionarios. Voces y cuerpos en conflicto". Buenos Aires.
- Vigarelo, G. (2010). *Historia de la obesidad, metamorfosis de la gorda*. Tucumán: Nueva Visión.
- Ynoub, R. (1998). "¿Y dónde está el sujeto?: indicadores enunciativos y desafíos metodológicos para la investigación de la subjetividad". III Congreso Internacional de Epistemología y Metodología "Nietzsche y la Ciencia" Universidad Nacional de Lanús. Departamento de Humanidades y Artes. Centro de Investigaciones. Buenos Aires: Biblioteca Nacional.

ANEXO – Capturas

beltran_h Ser una persona gorda es ser patologizado y fetichizado a la vez (en este caso simultáneamente).

De más esta decir que al exponer mis dichos a esta persona me estoy exponiendo al escrutinio público que probablemente va a juzgar más lo que digo yo y cómo lo digo que la violencia en las palabras de este ser. La cosificación, acoso psicológico y aleccionamiento (no me es para nada ajena la experiencia de un profesional de la salud aleccionándome) que sufrí en esta conversación es una rutina diaria para activistas gordes y personas que visibilizan su identidad Gorda (es decir salen a la calle o usan redes sociales ja).

Hago un profundo llamado a la humanidad y reflexión a todas aquellas personas que se dedican a la salud como profesión u oficio, quiero apelar a su posible empatía, sean humanas. Y a las personas que repiten como loritos las pavadas de dice Cormimierda o Monikagada en la tele les invito a ser menos hipócritas e informarse.

EL MARTES HACEMOS UN VIVO CON @raquelobaton para hablar un poco de cosas como se dieron en este intercambio y como evitarlas.

Mientras pueden seguir a @samantalonso
@reinamiel @laradelmal_ @yesi_kreyes @tatidume y
@gorda_insurrecta (y su versión 5.0)
@gordainsurrecta5.0

•

Besitos gordos y trolos de mi parte

Fuente Instagram @beltran_h

samantalonso Lo que nos venden como gordura ¿Realmente lo es? ¿Qué es gordura y qué parámetro la define? Lo dijo [@beltran_h](#) en un informe está semana: hacemos una lectura sobre lo que creemos que es un cuerpo gordo.

Y obviamente como a los cuerpos femeneizados no nos dejan existir, estuvo circulando un posteo de [@kariprinceoficial](#) luego de haber recibido miles de comentarios de gente rancia opinando sobre su cuerpo y sobre que debería hacer y como vestirse (háganse orrear). ¿Realmente es justo que una persona tenga que salir a "defenderse" porque nos creemos con el derecho a opinar y decir cosas porque toral es gratis?

Y otra cosa que me quedó con gusto amargo es en que mundo Karina es gorda. Y acá volvemos al principio ¿Quiénes definen las gorduras? ¿Qué cuerpos son aceptados y cuáles ya quedan x fuera del mercado del deseo?

Fuente Instagram: @samantalonso

yesi_kreyes El odio a la gordura se ha vuelto tan omnipresente que es parte de la estructura de nuestro lenguaje e interacciones. Gorde y flaque ya no son simplemente evaluaciones de tamaño o peso, sino de personalidad y percepciones de belleza. Las personas gordas no solo somos tratadas diferente a lo largo de nuestras vidas, sino que también somos consideradas feas por el hecho de poseer un cuerpo no normativo. Lo que a las personas les cuesta entender es que estas dos palabras no son sinónimos, y que la percepción de belleza individual no está ligada al cuerpo, tanto así que lo que es bello para unos no necesariamente lo es para otros. Determinar que una persona es fea o bonita basados en el tamaño de su cuerpo es atentar contra la integridad de esta, es violentarla de tal manera que termine por creer que esto es cierto. Fomentando inseguridades y dolor. Hay que poder entender que la belleza es subjetiva. Y que por más de que los cánones de belleza hegemónicos se empeñen en decir lo contrario, gorde no es igual a feo. Esto no se trata solamente de un acto discriminatorio y agresivo, sino también de estereotipar a las personas considerando la delgadez como belleza y la gordura como fealdad.

Fuente Instagram: @yesi_kreyes

La dimensión política de las violencias contra las mujeres periodistas

Mariela Parisi

Los medios de comunicación son actores claves en la perpetuación o erradicación de las desigualdades de género. La desigualdad no sólo es el resultado de la distribución dispareja de los medios de producción, sino que también es producto de una construcción política y cultural cotidiana (Raygadas, 2008), mediante la cual las diferencias se transforman en jerarquías y en acceso asimétrico a todo tipo de recursos.

En este sentido, desde siempre los discursos y las representaciones, así como la distribución de la palabra y el poder en los medios de comunicación, han sido gestionados de forma desigual. Es necesario comprender el papel que tienen en la dinámica de construcción de las subjetividades contemporáneas (Arfuch, 2002) en las sociedades mediatizadas y también cómo pueden contribuir de manera efectiva a la eliminación del sexismo en los sentidos que circulan, inclusive en las posiciones y jerarquías que ocupan las mujeres periodistas en los medios.

En la ciudad de Córdoba, los medios de la Universidad pública son uno de los primeros en enfrentar transformaciones urgentes ante una trama de desigualdades, privilegios y solapamientos que afectan a las mujeres en los medios de comunicación.

A partir de 2019, desde el Directorio de los Servicios de Radio y Televisión (SRT) de la Universidad Nacional de Córdoba, dimos inicio a un proceso de cambios muy profundos. Entre las decisio-

nes tomadas destacó el lugar imprescindible que ocuparan de aquí en más las capacitaciones en comunicación desde una perspectiva de géneros –cumpliendo con la Ley Micaela–, y el compromiso de asistir y acompañar a las víctimas de cualquier tipo de violencias de acuerdo a los protocolos que establece el Programa de Género de la UNC y su Plan de Acción.

Sabemos que la matriz patriarcal es transversal a los posicionamientos partidistas/ideológicos, mientras que la lucha por desterrarla asumida por los colectivos de mujeres, diversidades y disidencias es la verdadera dimensión que atraviesa este fenómeno de “afloramiento de la politicidad femenina” al decir de Rita Segato. Defender los derechos de las mujeres y las identidades sexo genéricas diversas es defender los derechos humanos. Por lo que es inminente abandonar de una vez y para siempre las prácticas violentas de acoso, coerción, abuso y maltrato en los lugares de trabajo. No se trata de un planteo moral o ético sino político. Adhiero al pensamiento de Judith Butler cuando destaca que “la no violencia debe ser una posición activa y apasionadamente perseguida”.

En definitiva, estaríamos aportando a la rearticulación de lo humano en aras de un mundo más amplio y menos violento. Es decir, los medios de comunicación son centrales; primero, porque difunden contenidos, discursos y miradas del mundo que generalmente reproducen posiciones de poder y autoridad que legitiman los privilegios y las desigualdades –no sólo de clase sino también de géneros–. Segundo, porque son instituciones donde hay que revisar cómo se ejerce el poder y estar alertas ante el *mobbing* laboral. Estas múltiples variantes del poder redundan en la imposibilidad de ser libremente.

Como ha señalado en un comunicado la Red PAR (Periodistas de Argentina en Red Por una Comunicación No sexista), “el señalamiento a un conductor no exime al resto de la complicidad androcéntrica que prima en el periodismo local, proporcional a su masividad”¹.

1 Fragmento extraído de “La dimensión política de la violencia contra las mujeres periodistas”, por Mariela Parisi. Más información disponible en: https://wendover13.rssing.com/chan-8011155/all_p450.html

En este sentido, ya en 1995 la Cuarta Conferencia Mundial de Mujeres de las Naciones Unidas celebrada en Beijing consideró a los medios como una de las doce áreas prioritarias para lograr la paridad de género. Esto implica la participación equilibrada de mujeres y hombres en las posiciones de poder, responsabilidad y toma de decisiones en todas las esferas de la vida.

Asimismo, la investigación sobre medios y feminismo viene poniendo de manifiesto desde hace décadas el desigual tratamiento que reciben los hombres y las mujeres en los medios de comunicación.

Si en la profesión periodística la palabra y la voz son los instrumentos del trabajo, vemos que cumplir con el “cupo” de género no garantiza paridad. Las editoriales, la instalación de temas en la agenda pública, la lectura de la realidad son roles asumidos e institucionalmente dados a los varones en las grillas de programación.

A pesar de que es mayor la matriculación y el número de mujeres que egresan de las carreras universitarias de comunicación y periodismo, esto no se ve reflejado en las posiciones que ocupan en los medios.

Las periodistas no pueden seguir habitando lugares de relleno y abordando temas menores como el clima, las notas de color o el espectáculo –más ligados a lo doméstico, a los cuerpos domesticadamente femeninos–. Por ello, considero necesario promover el acceso igualitario a las fuentes de trabajo y la paridad en las instancias de toma de decisiones artísticas e informativas de los medios. Es urgente que las mujeres comiencen a editorializar para garantizar un diálogo real entre géneros y abandonen –en el mejor de los casos– el lugar de “*partenaire*” de los varones.

Ha sido una gran incitativa para el cambio que desde las facultades con incumbencia disciplinar y profesional específica se proponga una editora periodística de género por una comunicación no sexista, con el objetivo de que esta perspectiva de derechos transversalice los contenidos que se emiten desde el multimedio SRT.

La figura periodística de una editora de género constituye una herramienta que apunta a terminar con la violencia contra las muje-

res en los medios de comunicación y, además, busca que los grandes emisores de mensajes –que construyen estereotipos, imaginarios colectivos y opinión pública– no transmitan discursos agresivos, que luego, la sociedad adopta y reproduce.

Cabe destacar que la primera designación de esta categoría profesional en Argentina ocurre en junio de 2019, con la mención de la periodista Mariana Iglesias en ese cargo en el diario *Clarín*. De allí hasta la fecha al menos nueve postulaciones –en medios provinciales, nacionales y universitarios– vienen fortaleciendo esta poderosa iniciativa.

La edición de género en los contenidos mediáticos podría ser considerada como un mecanismo de autorregulación, principio editorial, código de ética o guía de recomendaciones para el tratamiento de temas que afectan a grupos vulnerables. Pero fundamentalmente, la perspectiva de género es un proceso que además de catalizar un compromiso ético con las audiencias otorga un estándar de calidad incuestionable en la producción mediática actual.

Esto permitirá que comience a transformarse lo que vemos, escuchamos y transmitimos en los medios, por ejemplo, un periodismo no sexista trabajará sobre la manera en que se realiza la cobertura de femicidios, el tratamiento responsable de las violencias de género, del aborto, el lenguaje inclusivo, las identidades sexo-genéricas disidentes, y violencia de género y los discursos de odio, tanto en los medios tradicionales como en las redes sociales.

Auguro que los medios locales se sumarán a revisar las posibles situaciones de discriminación, las prácticas androcéntricas naturalizadas y las dificultades estructurales que hoy encuentran las periodistas para desarrollar sus capacidades; porque sin la colaboración activa y comprometida de todos, la deconstrucción cultural y la erradicación de las desigualdades de género serán una utopía.

Referencias bibliográficas

- Arfuch, L. (2002). *El espacio biográfico: dilemas de la subjetividad contemporánea*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Reygadas, L. (2008). *La apropiación. Destejiendo las redes de la desigualdad*. Barcelona: Anthropos.

Feminismo y comunicación: una ardiente batalla cotidiana

Ayelén Sidun

Construir comunicación popular, para quienes intentamos desarrollar un sentido por fuera de las lógicas mediáticas-hegemónicas siempre fue una tarea muy difícil. ¿Y qué pasa si a esa construcción mediática popular le sumamos feminismo, transfeminismo y diversidad? Bueno, ahí el camino se vuelve mucho más sinuoso: a todas las imposibilidades de acceso a los medios de los intereses de los sectores populares se suma, además, una lógica que propone borrar esas voces de la historia. Por eso vaya que es importante encontrarnos, pensarnos, debatirnos, contarnos en espacios como el Foro para la construcción de una comunicación feminista, transfeminista, diversa y popular.

El hecho de que estos tiempos tengan como signo una especie de proliferación de canales comunicativos no garantiza al campo popular, y mucho menos a las mujeres y disidencias, es necesario trabajar en un preciso abordaje de las luchas y problemáticas para llegar a conclusiones y resoluciones transformadoras. Día a día, compañeros en los medios de comunicación disputan por ocupar espacios y construir sentidos que nos ayuden a cimentar una sociedad más justa para nosotras, y para todes, enfrentando al poder real, que no descansa, y que se adapta a estos nuevos canales para reproducir su histórico sentido opresor, mezquino y patriarcal.

Como Decana de una Facultad de Periodismo y Comunicación Social, junto a los diferentes claustros de nuestra casa de estudios, enfrentamos este desafío como una cotidianeidad que arde, por lo importante, por lo urgente, porque creemos que hay causas que la universidad pública tiene que llevar como bandera. Las voces que escuchamos en los Foros nos llenaron de experiencias, de ideas, de discusiones, de enfoques, de distintas miradas que coinciden en ese objetivo en común. Quiero retomar, entonces, algunas de esas palabras de valiosas compañeras y luchadoras para pensar juntas en los desafíos de la comunicación que queremos.

Lo primero que podemos poner como eje de discusión es qué lugar ocupamos en los medios de comunicación. Florencia Saintout, presidenta del Instituto Cultural de la Provincia de Buenos Aires, ofreció en ese sentido datos contundentes: en tres de los diarios con más alcance del país (*Clarín*, *La Nación* y *Página/12*), solo entre el 5% y el 20% de las notas llevan firmas de mujeres o disidencias. Pero no queremos ocupar espacios por ocuparlos: necesitamos, como bien planteó Florencia,

que además sean mujeres feministas, que sean lesbianas feministas, que sean compañeras trans y travestis feministas, que puedan tener prácticas que representen lo que está sucediendo en las calles, que luchen contra todas las violencias, por los derechos y por abrir; que luchen contra el racismo, porque no hay patriarcado sin un anudamiento con el racismo y que esto tiene que estar presente en estos medios hegemónicos que son, básicamente, racistas y patriarcales.¹

1 Fragmento extraído del Primer Foro para la construcción de una comunicación feminista organizado por la Secretaría de Género de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social (UNLP).

Por otro lado, el feminismo debe darse desde una transversalidad de los discursos. La cuestión de género no puede ni debe ser una especialidad de alguien en particular, sino que debe atravesar a la generalidad mediática y sus contenidos, y esa también es una batalla fundamental. Como bien expresó Lucía Portos, Subsecretaría de Políticas de Género y Diversidad Sexual del Ministerio de las Mujeres, Políticas de Género y Diversidad Sexual de la Provincia de Buenos Aires,

se habla de género de tal hora a tal hora, tantos minutos, en el programa tanto. Y ese nicho que se nos permite o que le robamos al patriarcado tiene que abordar la integralidad de los temas. Entonces perdemos la posibilidad de la transversalidad; y perdemos la posibilidad de la perspectiva feminista en términos integrales.²

Es preciso retomar, entonces, el debate por una legislación de medios que garantice pluralidad de espacios y contenidos, como la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, ampliamente discutida y consensuada en decenas de foros, congresos y conversatorios de los que participamos activamente como Facultad. Su importancia radica en lo que hicieron con ella después: el Partido Judicial actuando, una vez más, a medida de los poderes hegemónicos, y garantizando sus privilegios, quitando los puntos nodales de esta ley popular que deberá contemplar la perspectiva de género y las luchas feministas.

En ese sentido, me gustaría traer las palabras de la compañera Mónica Macha, diputada nacional por el Frente de Todxs, acerca de esta discusión:

Hay instancias que necesitan de una actualización que, si bien son leyes muy nuevas en términos de tiempos sabiendo que también tenemos legislación muy antigua, estas

2 Óp. Cit.

son las leyes más nuevas. Necesitamos salir del binarismo, plantearnos una discusión que pueda ir más allá y que pueda entonces dar o generar una instancia para las otras identidades de género, en un nivel de igualdad.³

***Lawfare* y odio: por qué van hacia donde apuntan las balas**

Mientras escribía estas líneas se produjo un hecho inesperado y anunciado a la vez: el intento de asesinato a la vicepresidenta de la Nación, Cristina Fernández de Kirchner. Con la investigación en curso aún, nadie que no tenga intereses en juego puede afirmar que el ataque fue perpetrado por un “loco suelto”, como se escuchó y se leyó en decenas de medios de comunicación. Cristina Fernández asiste, sobre todo en los últimos veinte años, a una persecución y en señamiento mediático y judicial sin precedentes en la historia argentina. No hay, repito, figura histórica nacional que haya sufrido mayores ataques mediáticos, judiciales, así como también del orden de lo simbólico que Cristina Fernández de Kirchner. Y eso, déjenme decir, no es gratis.

Quiero enfocarme, sin extenderme demasiado, en lo que representa hoy, no solo para nuestro país, la compañera Cristina. Hemos recibido en más de una oportunidad en nuestra casa de estudios al exvicepresidente de Bolivia, Álvaro García Linera. Él dice, en varios de sus textos y ponencias, que por estos años se está produciendo el fin de la globalización como tal, con la dañina incidencia que ha tenido para nuestra región aquel sueño de “integración internacional” que solo ha estado al servicio de las potencias.

Esa globalización, en el campo de las ideas y de la producción y reproducción de las mismas, ha intentado destruir los valores colectivos y comunitarios, empujándonos a una lógica individualista y meritócrata. Si observamos, no son pocos los consumos y discursos

3 Óp. Cit.

culturales y mediáticos masivos que apuntan a ello. Cristina es en la actualidad una líder latinoamericana que representa uno de los más grandes bastiones de resistencia de los espacios de construcción colectiva. El “nosotros” en contraposición al “yo”. Y eso es sumamente peligroso para los poderes concentrados.

En ese nosotros, además, vienen varias cosas más. Porque representar a lo colectivo en un mundo y un país en donde se quiere imponer esa lógica de mercados “libres”, de libertad de empresa multinacional para hacer y deshacer a gusto y placer, y de individuos buscando eternamente la felicidad por el camino del egoísmo, es también defender los intereses colectivos. La defensa de que sean nuestros recursos naturales, el acceso democrático a la justicia, la proliferación de voces ante un espectro de medios cada vez más concentrado en pocos grupos, la repulsa a una reforma laboral que, nos dicen, es el curso natural: eso es Cristina Fernández de Kirchner.

El *lawfare*, del que ya hablamos más arriba, la persecución mediática, las causas armadas y sin pruebas, la reproducción constante de discursos de odio no son casualidad: se dan porque Cristina es mujer, es peronista y defiende los intereses del pueblo argentino. Vaya si sabemos lo que ha costado esa defensa a lo largo de nuestra historia. Aquí, un hecho aberrante que continúa esa línea histórica de violencia, a la cual responderemos no claudicando jamás.

ACERCA DE LAS AUTORAS

Florencia Saintout es Doctora en Ciencias Sociales (FLACSO) y Magíster en Comunicación (UIA, México). Docente en grado y posgrado en diversas universidades nacionales. Es autora de numerosos libros sobre comunicación y juventudes en América Latina. Ha dirigido y dirige proyectos de investigación sobre juventudes en la línea de los estudios socioculturales de la comunicación. Fue decana de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata y diputada por la Provincia de Buenos Aires. Actualmente dirige el Instituto Cultural de la Provincia de Buenos Aires.

Delfina García Larocca es Licenciada en Periodismo y Comunicación Social (UNLP). Docente de Introducción a los estudios de la comunicación en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Fue secretaria de Género de la misma casa de estudios y actualmente está a cargo de la Secretaría Ejecutiva del Instituto Cultural de la Provincia de Buenos Aires.

Miriam Lewin es Defensora del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual. Es periodista con experiencia en investigación, y trayectoria en medios gráficos, digitales y radio y televisión. Además, es autora de varios libros, algunos de ellos publicados en el exterior.

Claudia Vásquez Haro es Doctora en Comunicación Social, Licenciada en Comunicación Social con orientación en periodismo, docente e investigadora por la Universidad Nacional de La Plata (UNLP) y en la Universidad Nacional Tres de Febrero. Directora de Diversidad Sexual de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP. Directora de la Agencia de Noticias “Sudaka TLGBI”

y conductora de “Sudaka en Radio”, en AM 1270, Radio Pública de la Provincia de Buenos Aires. Activista travesti-trans migrante. Presidenta de OTRANS ARGENTINA y titular de la Convocatoria Federal Travesti y Trans Argentina.

Carolina Justo von Lurzer es Investigadora adjunta de CONICET (IIGG UBA). Doctora en Ciencias Sociales, Magíster en Comunicación y Cultura y Licenciada en Comunicación por la Universidad de Buenos Aires. Docente del Seminario de Cultura Popular y Masiva en la Carrera de Comunicación de la misma universidad. Coordinadora del Programa de Actualización en Comunicación, Géneros y Sexualidades (UBA). Actualmente se desempeña como Directora Nacional de Políticas de Género en el Ministerio de Seguridad de la Nación.

Cynthia Ottaviano es Doctora en Comunicación (UNLP), docente de grado y posgrado desde hace 20 años (UNLP-UNDAV-UNQ), periodista de gráfica, radio y televisión desde hace 30 años. Su labor mereció el reconocimiento de premios nacionales e internacionales como el Martín Fierro, Argentores, UBA e Internacional de Periodismo Rey de España. Es Directora de RTA, nombrada por el Congreso de la Nación Argentina y fue la Primera Defensora del Público del país. Publicó diversos capítulos y libros, entre ellos, *Derecho Humano a la comunicación. Desconcentración, diversidad e inclusión, los desafíos comunicacionales del siglo XXI, desde las perspectivas de las Defensorías de las Audiencias* (Punto de Encuentro-Undav) y *Señal de Ajuste. Vigilancia y control en la nueva era de la Comunicación* (EduLP).

Liliana Viola ha sido editora del Suplemento SOY del diario *Página/12* desde su fundación en 2007 hasta mayo de 2021. Es autora, entre otros libros, de la biografía: *Migré. El maestro de las telenovelas que revolucionó la educación sentimental de un país.*

Lux Moreno es Activista gorda y por la diversidad corporal. Profesora de filosofía de la UBA especializada en Comunicación de géneros y sexualidades (PACGES – FSOC - UBA) y diplomada en Educación Sexual Integral (FFyL - UBA).

Maestranda en Estudios Interdisciplinarios de la Subjetividad (FFYL - UBA) sobre identidad corporal en los activismos gordes. Doctoranda en Ciencias Sociales (FSOC - UBA) sobre la temática de la construcción de la corporalidad en torno a la noción de talla en la actualidad argentina.

Dirigió su primer documental en 2015, *El peso del amor*. Autora en 2018 de *Gorda Vanidosa: sobre la gordura en la era del espectáculo* (Editorial Ariel) declarado de interés social y cultural en las Legislaturas de la Provincia de Buenos Aires y en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. En 2021 publicó *Gorda Traidora* (Editorial Bocas Pintadas).

Es asesora pedagógica y forma parte del comité experto para instituciones públicas y privadas en divulgación en temáticas de diversidad corporal y activismo gorde.

Mariela Parisi es Decana de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba desde 2016. Periodista, Licenciada en Comunicación social, Magíster en Comunicaciones Institucionales y Doctora en Semiótica. Profesora Titular de grado y posgrado e investigadora en el área de narrativas audiovisuales y periodismo digital. Dirige equipos de investigación. Es miembro del Directorio de los Servicios de Radio y Televisión de la UNC. Es autora de libros y publicaciones en revistas indexadas. Coordina proyectos de vinculación y transferencia de la UNC.

Ayelén Sidun es Doctora en Comunicación, Magíster en Ciencias Sociales y Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional de La Plata. Decana y Docente de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social (FPyCS) de la UNLP. Coordinadora del Observatorio de jóvenes, Comunicación y Medios de la FPyCS (UNLP).

Editora:

Ana Victoria Carbonetti es becaria doctoral del CONICET (CITRA-UMET). Es Doctoranda en Ciencias Sociales (UBA), Especialidad (en curso) en Periodismo y Género (FPYCS-UNLP) y Licenciada en Comunicación Social, orientada a la Planificación Comunicacional (FPYCS-UNLP). Entre 2015 y 2021 se desempeñó como docente y capacitadora en las áreas de comunicación digital y producción de contenidos y planificación comunicacional. Fue productora de contenidos del Proyecto Educación con Perspectiva de Género desarrollado por Asociación Arte y Cultura (ACA-CFI, 2018) a partir de la cual se produjo *Elvira*, la serie animada sobre educación sexual integral que es emitida desde 2021 por Paka-Paka. Coordinó distintos proyectos vinculados a la comunicación y los estudios de género de financiamiento internacional, colaborando con OIT, Spotlight y distintas unidades ministeriales. Desde hace casi una década desempeña tareas de comunicación, producción y *management* de artistas en la industria de la música.

En el campo académico, su publicación más reciente es “El trabajo doméstico durante la cuarentena. Relevamiento realizado en el marco del trabajo en conjunto entre SACRA, CITRA y OIT. Vol 7” (2021).

Equipo técnico:

Julián Tróccoli es Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional de La Plata (UNLP) y Diplomado en Perspectiva de Géneros y Bioética Aplicada por la Universidad Champagnat. Docente de la materia Problemas Sociológicos Contemporáneos en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de dicha universidad y de la Capacitación en Ley Micaela de la Provincia de Buenos Aires. Es becario doctoral por la Comisión de Investigaciones Científicas (CIC) de la Provincia de Buenos Aires y se encuentra realizando el

Doctorado en Ciencias Sociales perteneciente a la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la UNLP.

Juliana Novello es Licenciada en Comunicación Social con orientación en Periodismo y Profesora en Comunicación Social (UNLP). Docente en Estudios de la Comunicación en América Latina y Estudios sobre política y sociedad III en dicha facultad. Actualmente se encuentra dirigiendo el área de géneros y diversidades del Instituto Cultural de la Provincia de Buenos Aires.

(Re)Hacer los medios. Comunicación en clave feminista compila una serie de escritos que reflexionan de manera crítica sobre los obstáculos y desafíos a los que mujeres, lesbianas, travas, trans y no binaries se enfrentan al momento de pensar sus roles y lugares en los medios de comunicación. La disputa por la hegemonía mediática, la implosión de los estereotipos de género, las que llegaron y las que no, las voces que resuenan y las que todavía faltan son algunos de los tópicos que reúne esta producción. Con la contundencia de una perspectiva sensible, este libro apunta a problematizar lo conseguido para ir por lo que falta en un pensar en conversación colectiva con la ambición de delinear humildemente posibles estrategias de avanzada para el movimiento político-teórico que se ubica entre los de mayor influencia a escala global: el feminismo.

Su referencia en singular reposa sobre la convicción de este compilado que reflexiona, problematiza al mismo tiempo que intenta expresar con la mayor fidelidad posible la heterogeneidad, amplitud y contradicciones que caracterizan al feminismo como dimensiones constitutivas de su propia potencia articuladora. No existe una sola forma de pensar la vida política, o la politicidad de nuestras vidas. Este libro no pretende construir una síntesis, sino continuar abriendo preguntas que nos pongan una utopía por delante, para seguir caminando.

La Secretaría de Género de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, pionera en el ámbito universitario, es un espacio que continúa con la fuerte tradición de nuestra unidad académica en materia de estudios comunicacionales sobre diferentes problemáticas de género.

Está conformada por cuatro áreas: relaciones y articulación con carreras de grado y de posgrado; vinculación interinstitucional; relaciones con la comunidad y trabajo territorial; fomento a la investigación; y comprende además un Espacio de Intervención en Violencia de Género y otro de Salud Sexual Integral.

Entre sus objetivos, se encuentra el de dar cuenta de las transformaciones político sociales en materia de igualdad de oportunidades, de equidad y a su vez de avances en el conocimiento desde una epistemología feminista. Consideramos que las relaciones de género permean los diferentes espacios y condicionan el acceso a derechos y el desarrollo de trayectorias particulares. La visualización, reflexión y acción ante estas situaciones nos permiten describir, analizar e incidir en las tramas y los mapas patriarcales, los problemas sociales de manera situada y los sentidos que se construyen en los que se articulan las categorías de raza, género, clase, entre otras.