



**OBSERVATORIO DE GÉNERO Y COMUNICACIÓN: UNA MIRADA DE LOS  
MEDIOS DESDE EL ENFOQUE DE GÉNERO**

**GT11: Comunicación y Estudios Socioculturales**

Lic. Prof. Eleonora Spinelli.

Facultad de Periodismo y Comunicación Social.

Laboratorio de Investigaciones en Comunicación y Género.

Universidad Nacional de La Plata. Argentina

[eleonoraspinelli@yahoo.com.ar](mailto:eleonoraspinelli@yahoo.com.ar)

**Objetivos y/o tema central a abordar**

El siguiente trabajo tiene por objetivo presentar y compartir la perspectiva de análisis y abordaje del ***Observatorio de Género y Comunicación del Laboratorio de Comunicación y Género de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata***, respecto al análisis de cómo los medios y los discursos mediáticos operan sobre construcciones de género estereotipadas y excluyentes, especialmente en relación a las mujeres y sus cuerpos.

**Caracterización del estudio, experiencia o reflexión teórica propuesta.  
Enfoque y/o metodología de abordaje**

La ponencia aborda en su primera parte los marcos conceptuales y metodológicos que hemos desarrollado para la puesta en marcha de esta investigación, con ellos nos referimos al enfoque de género y su articulación con la comunicación, las perspectivas epistemológicas, las dimensiones políticas y la implicancia de estos

modos de abordaje para la formación de comunicadores y comunicadoras, teniendo en cuenta que esta investigación se vincula directamente con dos espacios de grado académico de la Licenciatura en Comunicación Social de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP: la cátedra II de Comunicación y Educación y el Seminario Interdisciplinario de Comunicación y Género.

En la segunda parte del trabajo, se desarrollan las características del Observatorio de Comunicación y Género – como metodología sistemática de análisis de medios- y los principales resultados de las investigaciones y futuras líneas de trabajo surgidos de la experiencia.

## **Resumen**

El presente trabajo apunta a presentar los principales resultados, experiencias y aportes surgidos a partir de las investigaciones generadas desde la experiencia del Observatorio de Comunicación y Género, del Laboratorio de Comunicación y Género de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata.

Los resultados e interrogantes surgen del Proyecto realizado en 2012 / 2013 en el marco del Programa de Incentivos a la Investigación<sup>1</sup>: "OBSERVATORIO DE GÉNERO Y COMUNICACIÓN: UN ENFOQUE DE GÉNERO EN LA PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN DEL PODER PRESENTE EN EL DISCURSO MEDIÁTICO" y se continúan profundizando en una segunda investigación, que se pone el foco de análisis en los sentidos sociales que se construyen en el discurso

---

<sup>1</sup> Las investigaciones son dirigidas por la Dra. María Florencia Cremona y el equipo se conforma por: Lic. Eleonora Spinelli, Lic. María Belén Rosales, Lic. Lucas Díaz Ledesma, Mg. Daniela Bruno, Lic. Juliana Díaz Lozano, Lic. María Emilia Martinuzzi.

mediático en relación al cuerpo de las mujeres, tomando especialmente como ejes de análisis: los casos de violencia de género y femicidio.

Indagar acerca de estos sentidos implica investigar de qué forma, a través de los discursos de los medios, se producen y reproducen posiciones de poder que profundizan la exclusión y la inequidad.

## **Introducción**

Desde el año 2008, un grupo de docentes e investigadores de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, comenzamos a trabajar hacia la conformación de un **Laboratorio de Investigaciones en Comunicación y Género** como espacio para pensar, gestionar y proyectar las articulaciones entre comunicación y género.

En ese entonces la temática de género aún era emergente en los procesos de formación e investigación, pero los interrogantes se hacían presentes no sólo en nuestros alumnos, a través de sus inquietudes en las tesis de grado sino también en las prácticas cotidianas y en las demandas en términos de avances normativos y ampliación de derechos para todos y todas.

Desde este marco es que el Laboratorio se constituyó sobre la base de pensar desde el diálogo entre la comunicación y el género diversas líneas de acción: fortalecer la mirada crítica en relación a los sentidos hegemónicos que reproducen los medios masivos, orientar la mirada sobre las prácticas de producción comunicativa, de planificación y gestión de la comunicación en distintas organizaciones desde el género y repensar nuestros procesos en los espacios de formación en comunicación en clave de género.

En este contexto institucional es que comenzamos en el año 2010 con la creación de un **Observatorio de Comunicación y Género**, que posteriormente se transforma en nuestro principal proyecto en el marco del Programa Nacional de Incentivos a la Investigación, como herramienta metodológica y de análisis que nos permitiera comenzar a vislumbrar los modos en que los medios de comunicación masiva siguen operando en la creación y recreación de sentidos estigmatizados y excluyentes sobre las mujeres y sobre todas las formas no hegemónicas de vivir la sexualidad.

Este tipo de análisis cobra mayor sentido en el contexto actual y el marco normativo de la Nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Ley Nro. 26.522) que posibilita generar diversas instancias de denuncia, de compromiso público de las universidades en la producción y disputa de contenidos que propongan otros relatos posibles para desmantelar los sentidos unívocos que siguen operando en relación a las mujeres.

A partir de este trabajo es que hoy nos proponemos dar cuenta del proceso generado a partir de nuestra experiencia, compartir los avances y ponernos en diálogo con otras y otros con la finalidad de seguir pensando y haciendo juntos.

### **El punto de partida: las perspectivas epistemológicas y conceptuales**

Para abordar la temática partimos de entender a la comunicación desde la transformación, desde el diálogo con la cultura. En este sentido, la comunicación puede contribuir a transformar las prácticas sociales; reconoce y trabaja desde la dimensión política que implica un proyecto comunicativo y revisa de qué modo la comunicación transforma.

La comunicación, en este sentido, aparece como promotora de estrategias comunicativas para adquirir conocimientos que puedan incidir para transformar las prácticas que tienden a reproducir la exclusión. Pretende ser un proceso de diálogo público, a través del cual las personas toman decisiones para alcanzar metas de desarrollo colectivo.

La pregunta acerca de la comunicación, de los modos de comunicarnos, también abre preguntas que invitan a una reflexión compleja en el marco de la crisis del proyecto social y filosófico de la Modernidad. Con la Modernidad emerge una nueva matriz sociocultural estructurada en torno a los principios de igualdad, libertad y ciudadanía.

Sin embargo, ni todos los espacios de la vida social, ni todas las relaciones sociales fueron organizadas en torno a estos principios. Los principios de la libertad y de la igualdad proclamados por el pensamiento y fuerzas sociales que impulsaran la modernidad no fueron extendidos a todas las personas y grupos sociales.

Por el contrario y tal vez de modo paradójico, el modo en cómo se interpretaron, actualizaron e impusieron estos principios implicaron el desarrollo de nuevas formas de diferenciación social profundamente marcadas por la desigualdad, la subordinación y la exclusión. Los discursos de las fuerzas hegemónicas (pensadores sociales, estrategias del Estado nacional, las ciencias biomédicas, los pedagogos modernos y otros) instituyeron un imaginario marcado por la idea de una diferencia radical entre los sexos; una tajante separación de los significados de lo femenino y lo masculino, de los roles de hombres y mujeres y una nueva jerarquía de género, lo que entraba en abierta contradicción con los ideales de igualdad y de autonomía.

En el imaginario constituyente de la modernidad, el orden dicotómico de género y las dicotomías público/privado y producción/reproducción están en relación con la constitución de dos tipos de poderes que poseen fundamentos y reglas distintas: el poder político, ejercido en las relaciones entre los "iguales" – que involucra participación, negociación y construcción de consenso - y el poder familiar o jerárquico, ejercido por los "iguales" sobre los "otros", los "no iguales", basado en el argumento de la eficiencia y del orden natural del poder de decisión (Zincone, 1992).

Este poder jerárquico ha impregnado también otras relaciones que se estructuran en espacios extra-domésticos (relaciones en el mundo del trabajo, relaciones en los servicios públicos, relación entre profesionales de salud y cliente, entre profesores y alumnos, etc.) y, ha sido usado para negar la autonomía moral e independencia no sólo a las mujeres sino también a muchos individuos y grupos subordinados (Bonan, 2002).

En esta perspectiva coexisten distintos tipos de enfoques dentro de un intento común por interpretar el género como un sistema de relaciones culturales entre los sexos, mediado por la compleja interacción de un amplio espectro de instituciones económicas, políticas y religiosas (Lamas, 1996). Analizar la realidad social desde el género tiene implicaciones profundamente democráticas, pues aporta valiosos elementos teóricos y metodológicos para fortalecer la cultura de los derechos humanos, contribuyendo a transformar el mundo de dominación por clase, género, raza y etnia, en un mundo de igualdad de derechos, de posible inclusión y respeto a la diferencia.

La perspectiva de género, señala Facio (1996), no es la de las mujeres, así como hablar de género no es hacerlo sólo de mujeres. Es mucho más que visualizar las relaciones de poder entre hombres - mujeres; es analizar, culturalmente, cómo se

percibe y se entiende el mundo de manera dicotómica; es decir, dividido en pares no sólo opuestos, sino jerarquizados y sexualizados.

Aunque existen diversos enfoques sobre el tema, hay importantes coincidencias en cuanto al análisis de la realidad social desde el género, vistas desde una posición ética y política para transformar las relaciones de desigualdad, cuestionando y separando las argumentaciones funcionalistas y deterministas sobre la "naturalidad" (por tener un origen divino) de las desigualdades, sosteniendo así la simbolización cultural y no la biológica, la cual establece "lo que es propio", lo "natural" de cada sexo.

Tal vez la clave de la comunicación, en este sentido, sea problematizar las preguntas por los sentidos que configuran la vida cotidiana y proponer a partir de los medios de comunicación otros relatos posibles (Cremona, 2011).

### **El enfoque de género y su articulación con la comunicación**

El género es en sí un concepto en disputa. Desde el sentido común se entiende el género como el tema de las mujeres, que son quienes han iniciado una lucha por el reconocimiento de sus derechos humanos (paradójico) y han acuñado el concepto género.

Otros estudios como por ejemplo la línea de la mexicana Martha Lamas (1996) que recopila estudios de género de los últimos 40 años, afirman que el género es la construcción cultural de la diferencia sexual y propone revisar la connotación de diferencia que muchas veces significa desigualdad e inequidad. En cambio, Judith Butler (2002) una filósofa americana representante de la vanguardia en teoría queer afirma que el género es un concepto que ya no debería utilizarse porque refuerza una visión de heterosexualidad compulsiva donde habría una realidad

sexual biológica y una cultura asociada a ese hecho biológico. Pero si la biología también es cultural y si la categoría de sexo ordena el mundo social en dos posibilidades: macho o hembra, todo lo demás quedaría en el desvío, el borde.

Para la comunicación tanto en los medios como en la planificación y gestión, el tema mujer siempre fue un tema otro, aleatorio a la lista de conquistas sociales que el mundo necesitaba para alcanzar una organización más justa y solidaria en las prácticas, las experiencias y los conceptos, en el modo de ordenar el mundo y los pensamientos. Nos parecía importante articular estos dos conceptos tan complejos y preguntarnos, como mirar la comunicación desde el género. Mirar la comunicación con enfoque de género, supone un aporte fundamental para desarrollar críticamente elementos para construir sin exclusión y con equidad (Cremona, 2011).

Para ello es necesaria una reflexión crítica que aporte a los procesos comunicativos entendidos estos como procesos de producción de saberes, prácticas y sentidos (Cremona, Spinelli 2013). Entender entonces la comunicación como producción de sentidos nos lleva a pensar en los sentidos como los alcances de la significación, en éste punto, es fundamental atender a la mirada contextual.

Las posibilidades de decir, se definen en la subjetividad, en la cultura y también por un contexto de la práctica, que de cierta manera impone un sentido: el sentido práctico, es decir, el conjunto de posibilidades de significación que se relacionan con el campo en el que se juega y con las relaciones de poder determinantes en ese campo (Cremona, 2005). Pensar a la comunicación como producción de sentido supone la construcción de una visión de futuro, teniendo en cuenta la multiplicidad de reformulaciones posibles propias de un proceso dinámico,



preguntarnos por los sentidos que se crean y recrean en la comunicación es pensar a la comunicación como transformación social (Cremona, 2009).

### **El género en los medios de comunicación**

Las diversas formas de discriminación encuentran en los medios de comunicación espacios donde producirse y reproducirse, los productos comunicacionales están cargados de estereotipos y mandatos para toda la sociedad.

En los medios casi cualquier noticia es factible de ser analizada desde el género, que contemple cómo mujeres, varones y todas las diversidades sexuales son afectados en forma diferenciada por un mismo hecho o situación. El enfoque de género supone añadir una nueva categoría al análisis de la realidad en la construcción del discurso comunicativo.

Se trata de entender a los medios de comunicación no sólo como meros transmisores de información y entretenimiento, sino como espacios de fuerte formación subjetiva en tanto se constituyen en agentes de interpelación desde los cuales los sujetos se reconocen, modifican, reafirman y transforman sus prácticas cotidianas (Buenfil Burgos, 1992). Esto implica que estas representaciones hegemónicas que los medios construyen y reconstruyen se inscriben en la trama de la cultura, en la vida cotidiana, en el sentido común. Por ello la importancia de poder desanudar esos sentidos que parecieran ser fijos, naturales, neutros e inmanentes y que no hacen más que reproducir desigualdades y profundizar la exclusión y la discriminación (Cremona y Spinelli, 2013).

En este marco desde el Laboratorio de Comunicación y Género se viene impulsando un Observatorio de Género y Comunicación que apunta a realizar una mirada crítica a las representaciones en torno al género y las sexualidades.

Desde una perspectiva teórica inscrita en la articulación comunicación / cultura y comunicación / género, nos preguntamos por cómo aparecen y dónde aparece la multiplicidad discursos sobre las mujeres. En este orden, la comunicación como producción de sentidos, prácticas y diálogo de saberes se erige en la estrategia fundamental de mirar/sentir cuál es el rol que se le asigna a las mujeres y a todas las formas no hegemónicas de vivir la sexualidad para plantearnos nuevos interrogantes para problematizar y transformar en la práctica de la profesión de comunicadores y comunicadoras.

Entendemos que el género es mucho más que resaltar las voces de los modos de vivir la sexualidad, es gestionar el poder y la cultura cotidiana que lleva consigo. Nos dimos cuenta de que hablar género/comunicación es casi hacernos preguntas por los sistemas de representaciones mismos de la sociedad en la que vivimos que ha sido puesta en jaque por la transformación de las matrices culturales propia del quiebre del sistema de creencias que sostiene el sistema patriarcal (Cremona, 2011).

El discurso mediático, en tanto discurso social, es siempre un discurso político, en tanto práctica significativa pues en su producción operan condicionamientos ligados a intereses políticos, económicos e ideológicos. Pero justamente el género informativo se ha consolidado como un tipo de discurso que está socialmente legitimado para clasificar, delimitar e interpretar los mundos femeninos y masculinos, y clasificar como "anormal" todo aquellos que se aleja de estos mundos. Puede así definir los lugares sociales que les corresponden a mujeres y varones y los "no lugares" de las otras formas de vivir la sexualidad, esto es, producen y reproduce aquello que sería lo propio de cada sujeto según su adscripción genérica, y simultáneamente demarca sus límites y posibilidades de acción en cada cultura.

En los medios de comunicación, la mujer sigue siendo interpelada preponderantemente como objeto del deseo masculino desde una lógica que mercantiliza su cuerpo, y aún anclada a su rol reproductivo y doméstico como madre abnegada o como víctima. Estas imágenes tienden a presentarse como paradigmas de nuestra identidad, como la pauta básica para la construcción y estructuración de subjetividades, pero también como plataforma ideológica y simbólica que hace posible el sostenimiento del orden patriarcal, un orden excluyente por antonomasia.

### **La violencia de género: una mirada desde la comunicación**

El debate por la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Ley 26.522) instaló como tema público el rol de los medios de comunicación y la revalorización de su responsabilidad social al emitir contenidos.

La norma contempla la inclusión de una perspectiva de género y se considera que quienes produzcan, distribuyan, emitan o de cualquier forma obtengan beneficios por la transmisión de programas y/o publicidad velarán por el cumplimiento de lo dispuesto por la "Ley de protección integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres" (Ley 26.485). Esta ley, sancionada en 2009, define en su artículo 6º las distintas formas en que puede manifestarse la violencia contra las mujeres. Una de ellas es "la violencia mediática" y se refiere a:

*"aquella publicación o difusión de mensajes e imágenes estereotipados a través de cualquier medio masivo de comunicación, que de manera directa o indirecta promueva la explotación de mujeres o sus imágenes, injurie, difame, discrimine, deshonre, humille o atente contra la dignidad de las mujeres, así como también la utilización de mujeres,*

*adolescentes y niñas en mensajes e imágenes pornográficas, legitimando la desigualdad de trato o construya patrones socioculturales reproductores de la desigualdad o generadores de violencia contra las mujeres."*

En este sentido, la nueva ley de medios se hace cargo y avanza sobre las propias demandas del movimiento de mujeres en lo relativo a las comunicaciones lo que constituye un estándar ético a imitar en América Latina. El tratamiento mediático del que son objeto las mujeres, cuando es discriminatorio (o misógino) resulta particularmente grave y lesivo de sus derechos, ya que la reproducción de prejuicios culturalmente arraigados respecto de la categoría "mujer" impacta en la reactualización de las diversas formas de violencia de género que vemos en la vida cotidiana.

En un contexto que da cuenta de los avances en materia legislativa y en la creación de organismos especializados para atender y contener a las víctimas de violencia de género a nivel nacional y provincial, en nuestros días la agresión física y sexual hacia las mujeres sigue oscurecida por mitos, presentes en la sociedad y, especialmente en los medios de comunicación, que perpetúan el concepto de que la mujer ha provocado su propia agresión mediante estrategias discursivas que permean el cuestionamiento a la víctima dando paso a la justificación de los agresores.

Los medios –y en un sentido más amplio la cultura- refuerzan esta violencia como algo natural, en una reactualización permanente de imágenes, enfoques, explicaciones que legitiman la violencia. Es decir, estamos ante una violencia ilegal pero legítima, esta es una de las claves del feminicidio. María Luisa Femenías (2008), coincidiendo con Rita Segato comparte la tesis de que las

prácticas violentas derivan de las normales que parecieran no ser ni misóginas, ni machistas pero que estructuralmente son patriarcales.

En este marco, nos proponemos indagar cuales son las significaciones mediáticas que aparecen en torno al cuerpo de las mujeres como territorio que histórica y sistemáticamente ha estado sujeto a diversos mecanismos y dispositivos de control, disciplinamiento y dominación desde una matriz hegemónica patriarcal. Entendiendo al cuerpo como un eje esencial para el análisis de las prácticas de poder-saber (Foucault, 2004) en donde las relaciones de poder dan lugar a un saber posible, y el saber prolonga y refuerza los efectos del poder.

Pierre Bourdieu (1990) en “La dominación masculina” señala los diversos rostros adoptados naturalmente y aceptados como objetivos que impiden ver las raíces sociales, culturales e históricas de la construcción del cuerpo y la sexualidad por lo que la división social de los sexos parece estar en el orden de la cosas, un orden que se presenta como natural y, por tanto, contra el que nada puede hacerse, pero que no es otra cosa que una construcción mental, una visión del mundo con la que el hombre satisface su sed de dominio.

Estas representaciones, todavía dominantes en el imaginario colectivo, nos explican por qué comportamientos sociales tan reprobables como la violencia sexista, son aceptados, por una gran parte de la población, como prácticas culturales y, por consiguiente, pueden llegar a ser consideradas prácticas aceptables.

### **El Observatorio de medios: proceso y metodología**

Como metodología, desde el año 2010, utilizamos un observatorio de medios como proceso de investigación permanente, que fracciona selecciones temporales

de los contenidos producidos en los medios al fin de componer variables, que arrojen nuevas y mejores preguntas en torno a la representación mediática sobre el cuerpo de las mujeres y la articulación comunicación/género.

El período temporal analizado comprendió para el relevamiento desde el año 2010 al 2012 y se encuentra en procesamiento el material del año 2013. Se tomaron como unidades de análisis los siguientes medios gráficos: Clarín, La Nación, Página 12 (de alcance nacional) y El Día (principal medio gráfico de la ciudad de La Plata).

Como dimensiones a tener en cuenta en el análisis se propusieron los siguientes tópicos:

- a) Estructura: ubicación de la noticia por secciones - extensión de las noticias en relación al diseño editorial general del medio - el género periodístico en que se inscribe - permanencia del tema en la agenda del medio.
- b) Contenido: tema y subtema de la noticia - construcción del relato, cómo se construye sentido en torno a un hecho noticiable ¿quiénes son los sujetos centrales? - utilización del lenguaje, lenguaje sexista - la valoración y el contenido de la información - significados y significantes que se construyen sobre los/as protagonistas de las noticias - la representación de la víctima y el victimario - las fuentes seleccionadas - la imagen - intencionalidad editorial - la titulación como estrategia para "enganchar" al lector.
- c) Enfoque de género: aplicada a indagar los significados y representaciones en torno a las mujeres, como categoría analítica, desde una perspectiva de derechos humanos en el tratamiento informativo de los hechos, lo que implica tener en cuenta: el lenguaje utilizado, los testimonios y las fuentes seleccionadas, el

sentido proyectado y las estrategias discursivas implementadas para narrar la realidad, las imágenes que se utilizan, es decir, la construcción social de sentido sobre las mujeres en relación a las variables de análisis definidas.

### **Algunas de las conclusiones surgidas del relevamiento de medios**

A partir de los resultados del análisis del relevamiento de medios, en el período temporal relevado, podemos mencionar algunas de las conclusiones referidas al tratamiento de las mujeres y los sentidos que operan sobre ellas en relación a los cuerpos, especialmente en las temáticas de violencia de género y femicidio:

En primer lugar podemos ver como el cuerpo de la mujer es narrado a partir de tres ejes discursivos:

- **Discurso naturalista:** la función de procreación aparece como sublimación máxima de "la mujer" y a la que "deben" aspirar todas las mujeres. La maternidad es el símbolo ético positivo por excelencia, valorado como un "deber ser" natural. Primacía del discurso naturalista en los debates sobre despenalización y legalización del aborto.
- **Discurso político:** se califica estructurado sobre relaciones de poder basadas en el control sobre el cuerpo de la mujer. El cuerpo femenino se constituye en terreno de debates públicos, de disputas por el poder en el orden del sentido entre diversos actores, en un acceso "para todos". Distanciamiento de una concepción del cuerpo femenino como territorio personal y privado –un territorio individual- que debe dar lugar a expresiones de autonomía, igualdad, dignidad y libertad para la toma de decisiones y la realización de acciones.
- **Discurso objetificante:** se realiza una analogía entre la salud del cuerpo de la mujer a la belleza y se asocia a la obtención de un valor social dado por la juventud, la delgadez, el éxito y la realización del erotismo hacia la complacencia del deseo masculino.

Como correlato de estos sentidos sobre el cuerpo se reproduce la metáfora de la “mujer mercancía”, que es propiedad del varón y por tanto, es factible de ser objeto de transacción, expuesto en la pantalla televisiva como en las vidrieras de un mercado, comprado y vendido como un símbolo de estatus de los hombres poderosos y, por tanto finalmente, reducido a “objetualización”.

El cuerpo de la mujer es representado como un cuerpo sujeto y es a partir de esta sujeción que se ha tratado de explicar su sometimiento bajo otra metáfora, la de la “mujer basura” (P. Pedraza, 1998), que es el resultado de la degradación del objeto y, por consiguiente, se puede exterminar, quemar, incinerar.

Los casos de mujeres quemadas e incineradas, encierran bajo la metáfora de “la persecución de brujas quemadas en la hoguera” los motivos que llevaron a que esta conducta se convirtiera en un modo habitual de exterminar a las mujeres. En la Edad Media eran acusadas de transgredir las normas religiosas. Hoy los móviles se encuentran siguiendo a Rita Segato (2003) en la infracción femenina a las dos leyes del patriarcado: “la norma del control o posesión sobre el cuerpo femenino y la norma de la superioridad masculina”. Así se configura el miedo, la inseguridad psicológica y física, la imposibilidad del ejercicio de la igualdad y de la libertad.

En el 2012 nos abocamos a trabajar sobre la deconstrucción de mitos y prejuicios que se reproducen en los artículos de prensa sobre la temática de la violencia de género, entendiendo que los medios -y en un sentido más amplio la cultura- refuerzan la violencia contra las mujeres como algo natural, en una reactualización permanente de imágenes, enfoques, explicaciones que legitiman la violencia.

En este marco es necesario seguir trabajando desde diversos espacios para develar los mitos que en relación a la violencia de género aún están vigentes en la



sociedad. En un intento por llegar a ese objetivo, desde el Observatorio a partir del visionado de diarios digitales relevamos los siguientes mitos que deconstruimos y sintetizamos en un camino hacia la desnaturalización de construcciones mediáticas que tergiversan, a nuestro entender, el tratamiento de la violencia de género.

### **Deconstruyendo mitos**

- ✓ *Mitos y mecanismos de ocultamiento en el tratamiento de la violencia contra la mujer*
- Persistencia de referencias a móviles pasionales, de locura pasajera que causa el amor para explicar las posibles causas de los asesinatos de mujeres. El “crimen pasional” deviene del concepto jurídico “emoción violenta”, como atenuante del crimen. El acto violento “pasional” expresa la presunción de legitimidad de quien lo ejerce.
- Espectacularización de casos de feminicidios presentados con elementos de la narrativa romántica, como una tragedia o como hecho sangriento. Los criterios de noticiabilidad exigen siempre muerte y sangre, de allí que sea difícil encontrar en la página de los diarios noticias que den cuenta, por ejemplo, de casos de mujeres víctimas de violencia patrimonial, económica o simbólica.
- No se da cuenta del contexto, los procesos que desencadenan los actos de violencia y la misoginia estructural que habilita estas prácticas. Los medios lejos de dar cuenta de los resultados de procesos de violencia contra la mujer por motivos de género y la misoginia estructural que habilita estas prácticas, solo se limitan a hablar de asesinatos en una versión simplificada de los hechos, como si se trataran de casos aislados, sin conexión.
- Recurrencia a la fórmula “confuso episodio” o “instancias poco claras”, se omite cualquier referencia para conocer las características de las situaciones donde las

mujeres son sometidas a una situación de violencia. No se siguen los casos para establecer los motivos, las causas y consecuencias de los hechos.

- Reticencia, en algunos casos, a acuñar el concepto femicidio o feminicidio en las crónicas periodísticas
  
- ✓ Mitos sobre la importancia de la problemática.
  - La cobertura de los casos de asesinatos de mujeres se hace en general a modo de relato policial, ubicándolas en la sección policiales de los periódicos. Alrededor del 70% de las notas relevadas.
  - Trivialización del tema: se ubica a estos casos como hechos privados, domésticos, excepcionales, sin dar cuenta de la dimensión que adquiere el fenómeno y el impacto social que tiene.
  - Tratamiento periodístico es en general, breve, descontextualizado y ubicado en el plano doméstico, se habla de “discusión doméstica” o “pelea de pareja”
  
- ✓ Mitos de género-estereotipos en relación al “deber-ser” de la mujer y la pareja.
  - En los medios masivos de comunicación, “la mujer” -como categoría- sigue siendo interpelada preponderantemente como objeto del deseo masculino –es decir, “un cuerpo para otros”- desde una lógica que mercantiliza su cuerpo, y aún la ancla a su rol reproductivo y doméstico como madre abnegada.
  - La mujer aún es representada en el rol de reproducción de la vida doméstica, la madre virtuosa y la esposa fiel y cuidadora, las conductas femeninas que transgreden estas pautas son condenadas social y mediáticamente.
  
- ✓ Mitos que acusan a la mujer maltratada;
  - Estrategias discursivas que permean el cuestionamiento a la víctima dando paso a la justificación de los agresores

- Construcciones discursivas que tienden a erotizar la escena y la actuación de estas mujeres, estrategia que tiende a trivializar el hecho y a instalar la idea de que han provocado su propia muerte.
- La duda sobre la presunta infidelidad que puede dar origen a los crímenes contra las mujeres, aparece en los medios sin concesiones en lo que respecta al cuidado de difundir información que pueda perjudicar a la víctima y a su entorno.
- Se relevaron algunas noticias que hacen referencia a denuncias efectuadas mujeres ante las instituciones y que dan cuenta de la deslegitimación pública e institucionalizada de la palabra de la mujer denunciante.
- La mujer vampiresa, como alguien que se buscó su trágico destino con su comportamiento y sus transgresiones
- Énfasis en la presunta infidelidad de la víctima: estigmatización de la víctima con frases como “se vestía o bailaba muy provocativamente”, lo que implica deslizarse hacia la culpabilidad de la víctima que se convierte en “merecedora de la agresión”.
  
- ✓ Mitos que refieren a lo privado;
  - Recurrencia a expresiones como “pelea de pareja”, “violencia doméstica”
  - Se prioriza como fuentes directas a familiares de la víctima y vecinos, allí aparece el imaginario social sobre la imposibilidad de “meterse” en los asuntos de la vida íntima de la pareja.
  - El imaginario sobre la imposibilidad de intervenir, recae en los modos en que la distinción público-privado ha incidido históricamente en la violencia como una cuestión privada, doméstica, casi inaccesible a la ley, la intervención del Estado o la ciudadanía.
  
- ✓ Mitos que refieren a la identidad de la víctima;

Las mujeres aparecen generalmente representadas como víctimas, despersonalizadas. La invisibilización de las historias de vida de las mujeres

víctimas de la violencia, la omisión de los rasgos de identidad de las mismas no permite considerar que se trata de un sujeto con derechos, así el medio crea, perpetua y mantiene el estereotipo de la mujer víctima.

Sobre los rasgos de identidad de la mujer víctima aparecen con mayor frecuencia los datos sobre su condición socio-económica “la mujer de un reconocido empresario”, su pertenencia a un grupo etario “la joven”, “la chica”, y su rol social “la madre” o “la estudiante”.

Los casos que permanecen en la agenda de los medios son los que tienen como víctimas a mujeres de clase social media-alta. Esto último, contribuye a invisibilizar la actuación del Estado ante los crímenes misóginos y la impunidad que los rodea, es decir, los acuña en una enorme tolerancia social.

- ✓ Mitos que refieren a la mujer maltratada como “disfuncional” en lo social;
- Referencias de la personalidad de la mujer víctima como datos que llevarían a entender las causas de su asesinato:
- Énfasis en los desbordes psicológicos de la víctima, tendencias a la depresión y al suicidio como mecanismo de ocultamiento de la agresión que le da muerte.
  
- ✓ Mitos que refieren a la acción femicida  
Propensión a exaltar la figura de los homicidas como si se tratara de “estrellas” reconocidas, ídolos. En la cobertura de procesos judiciales se prioriza como fuentes a los presuntos asesinos, dando espacio a las más variadas estrategias de exculpación, apelando a elementos emocionales de la narrativa romántica que puede dar lugar al compadecimiento moral y social del presunto homicida.

### **Nuevos interrogantes y líneas de trabajo**

A partir de esta experiencia de trabajo, nos hemos propuesto continuar profundizando en la construcción mediática acerca de los cuerpos de las mujeres

pero pensando no sólo en el análisis de medios sino también, a partir de posicionarnos en generar experiencias situadas desde la producción comunicacional y educativa en torno a estos interrogantes desde el género.

Tal es así que los nuevos desafíos se orientan a articular líneas de trabajo comunes con otros observatorios similares para lo cual se ha dado inicio, en 2012, a la primera Red de Observatorios de comunicación y género. El sentido de la red no sólo se aboca a la generación de estrategias comunes y diálogo de las investigaciones, sino también a trabajar en nuevas producciones que puedan tener un impacto en los propios medios y en las políticas públicas vinculadas a las temáticas de género, como es el caso de dos temas prioritarios como la violencia de género y los debates en torno a la despenalización del aborto que siguen anudando representaciones hegemónicas sobre los cuerpos de las mujeres.

Cuerpos que cada vez más son territorios de otros, otro que decide, tutela, dicta y prescribe.

Profundizar los análisis, pero también emprender acciones entendiendo la potencialidad de la dimensión política de la comunicación con herramienta de transformación, nos convoca y obliga desde la Universidad pública a seguir trabajando con otras y otros para construir juntos existenciaros más libres.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bourdieu, P. (1990). *La dominación masculina*. Barcelona, Anagrama.
- Bonan, C. (2002). *Reflexividades, sexualidades e reproducao: processos políticos no Brasil e no Chile*. Tese de doutorado
- Buenfil Burgos, R. N. (1992). *Análisis de discurso y educación*. Departamento de Investigaciones Educativas Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del Instituto Politécnico Nacional. DIE 26, México.
- Butler, J. (2001). *El género en disputa*. (1ª ed.). México: Ed. Paidós.
- Butler, J. (2002). *Cuerpos que importan. Sobre los límites materiales y discursivos del "sexo"*. Bs.As.: Paidós.
- Cremona, M. F. (2005). *La gestión de la comunicación en las organizaciones. La dimensión política en el proceso comunicativo*. Centro de Comunicación y Género, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP.
- Cremona, M. F. (2009). El género de la vida cotidiana: mucha tela para cortar. Artículo publicado en la revista *Tram(p)as de la Comunicación*, FPYCS, UNLP.
- Cremona, M. F. (2011). *Cuadernos de cátedra*. Seminario Interdisciplinario de Comunicación y Género. Editorial de la Facultad de Periodismos y Comunicación Social. UNLP.

Cremona, M. F., & Spinelli, E. (2013). Género, comunicación y educación: una articulación estratégica en la formación de comunicadores y comunicadoras. Revista *Trampas*. FPyCS.

Facio, A., & Fries, L. (eds.) (1996). *Género y derecho*. San José: ILANUD.  
[www.ilanud.or.cr/justiciagenero](http://www.ilanud.or.cr/justiciagenero)

Femenias, M. L. (2008), *Articulaciones sobre la violencia contra las mujeres*. Editorial de la Universidad Nacional de La Plata.

Foucault, M. (2004). *Historia de la Sexualidad 1: La Voluntad del Saber*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI Editores.

Lamas, M. (comp.) (1996). *El género, la construcción cultural de la diferencia sexual*. México: PUEG, UNAM.

Segato, R. (2003). La argamasa jerárquica: violencia moral, reproducción del mundo y la eficacia simbólica del derecho. En *Las estructuras elementales de la violencia*. Buenos Aires: Prometeo-UNQ.

Zincone, G. (1992). *Da suddatti a cittadini. Le vie dello stato e le vie della società civile*. Bologna, Italia.