

Eje 5. Comisión 1. Comunicación, género y diversidades sexuales
Coordina Luciana Basso

No están dando bien el mensaje

Adela Myriam Chuchan de Oro | Universidad Nacional de San Luis, Argentina
adelamyriamchuchan@gmail.com

Verónica Elizabeth Montenegro | Hospital de Salud Mental y Adicciones de San Luis,
Argentina
veroelimontenegro@gmail.com

Resumen

El siguiente trabajo surge a partir de las discusiones generadas en los ámbitos de nuestra vida cotidiana, con respecto al impacto que tienen los mensajes sobre las luchas y formas de protesta de los movimientos feministas y la responsabilidad que tienen los diversos medios de comunicación en la construcción de "esos" mensajes en la Ciudad de San Luis. Por las "maneras" de protestar y visibilizar las realidades que históricamente llevan a cabo miles de mujeres sobre el pedido y conquista de nuevos derechos equitativos, surgen antipatías sociales desde diversos sectores que componen una sociedad

Parte de esas conquistas son la visibilización del femicidio como problemática y flagelo social que crece día a día, activando diversos dispositivos de protesta social para reclamar justicia frente al Estado.

Las respuestas frente a la protesta feminista se reflejan en un sinnúmero de frases que se escuchan a diario como: "no me identifico con la lucha", "nunca van a lograr nada con los actos de vandalismo", "las instituciones hay que respetarlas", entre tantas otras.

Esto coloca en el centro del debate y planteamiento de este trabajo ¿Cómo recibe e interpreta la sociedad la lucha/protesta de los movimientos feministas?

¿Qué es más importante: las maneras de protestar o los femicidios? ¿Es una cuestión de género o de construcción de la información?

Estos interrogantes nos hacen pensar que la pintada de protesta molesta más y no las estadísticas de femicidios. Las respuestas frente a esta antipatía social se traducen en frases como: "las paredes se pueden volver a pintar, las pibas no vuelven más".

¿Dónde está puesto el foco de lo importante desde los medios de comunicación y las instituciones? ¿Cuál es el mecanismo que influye en empatizar o no con los movimientos de

protesta o las “formas” de reclamar? ¿Cuál sería una o la “forma correcta” o aceptable, de protesta/lucha?

Se utilizan encuestas realizadas a personas elegidas aleatoriamente mayores de 18 años para analizar cuáles son aquellos motivos que generan antipatía social sobre las maneras de protestas de los movimientos feministas y así, poder pensar cómo se construyen los mensajes desde los medios de comunicación aportando alternativas que sumen a la lucha por los derechos de la mujer evitando la invisibilización de los femicidios en la Ciudad de San Luis.

Palabras clave: movimientos feministas, mensajes tergiversados, comunicación como derecho

¿Qué planteamos?

El siguiente trabajo surge a partir de las discusiones generadas en los ámbitos de nuestra vida cotidiana, con respecto al impacto que tienen los mensajes sobre las luchas y formas de protesta de los movimientos feministas y la responsabilidad que tienen los diversos medios de comunicación en la construcción de "esos" mensajes en la Ciudad de San Luis.

Por las "maneras" de protestar y visibilizar las realidades que históricamente llevan a cabo miles de mujeres sobre el pedido y conquista de nuevos derechos equitativos, surgen antipatías sociales desde los diversos sectores de una comunidad. Parte de esas conquistas son la visibilización del femicidio como problemática y flagelo social que crece día a día, a través de diversos dispositivos de protesta y movilización para reclamar justicia frente al Estado.

La responsabilidad que tienen los medios de comunicación en la construcción y transmisión de estas realidades es crucial para la conquista de derechos, ya que nadie reclama un derecho que no conoce. La comunicación ES un derecho y la información también; entonces la veracidad de los hechos es ineludiblemente una responsabilidad ética de los medios de comunicación y son quienes se deben a las audiencias. La realidad es que los medios responden mayormente a grupos económicos y políticos, manejando de cierta manera la agenda mediática, donde la vara de lo importante suele ser lo negativo, el disturbio, la controversia, entre otros calificativos. Ahora bien, si pensamos a los medios como constructores de realidad, y conscientes de su responsabilidad frente a la sociedad quizás el mensaje sería otro, pero la visibilidad de la realidad que nos muestran tiene más de caótico que de positivo. Esta breve reflexión es interesante de plantear ya que los movimientos feministas y de las diversidades "impactan mediáticamente" con un valor agregado de negatividad que por conquistas en la arena de los Derechos Humanos.

Como consecuencia muchas de las reacciones de la sociedad frente a la visibilización mediática de las protestas feministas, se reflejan en frases como: "no me identifico con la lucha", "nunca van a lograr nada con los actos de vandalismo", "las instituciones hay que respetarlas, no pueden pintar paredes", "son marchas violentas", entre tantas otras.

Esto coloca en el centro del debate y planteamiento del trabajo algunos interrogantes sobre lo que percibe la comunidad a partir del consumo de medios: ¿Cómo recibe e interpreta la sociedad de San Luis la lucha/protesta de los movimientos feministas? ¿Qué es más importante: las maneras de protestar o los femicidios? Estos interrogantes nos hacen pensar que la pintada de protesta pidiendo justicia o nombrando un delincuente molesta más que el aumento de las estadísticas de femicidios. Las respuestas desde los movimientos de mujeres y las diversidades frente a esta antipatía social se traducen en frases como: "las paredes se pueden volver a pintar, las pibas no vuelven más". Entonces, ¿Dónde está puesto el foco de lo importante desde los medios de comunicación y las instituciones? ¿Cuál es el mecanismo que influye en empatizar o no con los movimientos de protesta o las "formas" de reclamar? ¿Cuál sería una o la "forma correcta" o aceptable, de protesta/lucha?

Lo que sabemos de los medios y la comunicación

San Luis tiene una historia de cuatro décadas gobernada por una misma familia y entorno político, aclarar este punto es importante para entender que los medios de comunicación oficiales y de mayor audiencia son hegemónicos: Canal 13 San Luis y el Diario de La República. Hay un total de 9 canales de televisión y solo 5 pertenecen a la capital. Solo un canal es oficial y estatal, el resto son privados (Canal Carolina Cable Color, Canal San Luis CTV, Canal TVC Puntana, Canal 9 San Luis, Canal Daract TV, Canal Horizonte Televisión - Villa Mercedes, Canal Calle Angosta TV Villa Mercedes). (<http://www.tv-argentina.com.ar/>)

En la Ciudad de San Luis existen más de 70 radios y sus repetidoras, la mayoría tienen licencia y otras no, así como también algunas de ellas tienen su propio portal web. (<http://www.tv-argentina.com.ar/>)

En cuanto a los medios digitales, en el 2010 se hizo el primer estudio de mapeo de medios de comunicación en San Luis y se registraron 176 medios del mundo online y de offline. En el primer trimestre del año 2016 esta cifra ha crecido considerablemente, casi duplicándose, de acuerdo con resultados preliminares de las distintas investigaciones que se canalizaron a través del proyecto PROIPRO 04-0516 "Periodismo digital en San Luis: orígenes, trayectorias, condiciones, estrategias y desafíos" y el PROIPRO 4-0914 "El periodismo en San Luis en el Siglo XX. Avances y desarrollos de los medios de comunicación en la provincia de San Luis". Este fenómeno se debe no solo al crecimiento de los medios digitales sino también a la apertura de nuevos medios tradicionales como radios, canales de cable y publicaciones gráficas de las más diversas. (Gil y Centeno, 2017)

Este panorama general sobre los medios de comunicación existentes en la Ciudad de San Luis, sirven para comprender dónde está puesto el foco de lo importante en la cobertura de las marchas feministas, en cómo se construyen los mensajes, tergiversados o no y cómo lo interpreta la sociedad generando antipatías o empatías con las maneras de luchar de estos movimientos sociales.

La importancia de la comunicación como derecho humano ha quedado establecida en el artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos, que expresa: "Todo individuo tiene el derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión". Sin embargo, uno de los aspectos negativos de este derecho es la falta de acceso que tienen algunos grupos sociales; esto también se suma a la larga lista de reclamos por el justo acceso y ejercicio de los derechos.

Con respecto a la violencia mediática, la Ley 26.485 de Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las mujeres, entiende que la violencia se da en el ámbito doméstico, dentro del grupo familiar, institucional, por intermedio de funcionarios públicos, en organismos, mediante la discriminación en el trabajo, la violación de la libertad reproductiva (...), la violencia obstétrica (...), y la violencia mediática en la difusión

de mensajes. En el año 2019 se establece según Ley 27.501 al acoso callejero como una de las formas de violencia hacia la mujer, y la Ley 27.533 incorporó a la violencia política como otra violencia de género.

Por ello la importancia de La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N°26.522 y la creación de la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual como el organismo encargado de recibir y canalizar las consultas, reclamos y denuncias del público para que los derechos de los oyentes y televidentes sean respetados, tiene la misión de promover, difundir y defender el Derecho a la Comunicación democrática de las audiencias de los medios de comunicación audiovisual en todo el territorio nacional.

El marco general del feminismo y San Luis

Al momento de definir movimientos feministas, se representan mentalmente un sinfín de ideas, imágenes y sensaciones que tienen íntima relación con nuestro ser, con nuestra vida y perspectiva del mundo. La variación conceptual y contextual del término también varía de acuerdo con quienes se les pregunte, qué espacios institucionales y/u organizaciones estén involucradas o no con los movimientos, que implicancia tiene el Estado y que rol ocupa. En síntesis, conceptualizar un fenómeno social nace de las rupturas con lo establecido y genera polémica, lo controversial es inevitable.

No es objeto de este trabajo realizar una cronología histórica de los movimientos feministas, ya que sería extenso, como tampoco exponer sus diversas conceptualizaciones, pero es menester saber de qué y desde qué lugar hablamos cuando nombramos a los movimientos de la mujer y diversidad, por lo que apostamos a una definición global como la siguiente *“El feminismo es un movimiento social y político que se inicia formalmente a finales del siglo XVIII -aunque sin adoptar todavía esta denominación- y que supone la toma de conciencia de las mujeres como grupo o colectivo humano, de la opresión, dominación, y explotación de que han sido y son objeto por parte del colectivo de varones en el seno del patriarcado bajo sus distintas fases históricas de modelo de producción, lo cual las mueve a la acción para la liberación de su sexo con todas las transformaciones de la sociedad que aquella requiera”*. (Mujeres en red, 2008)

Otro concepto para definir es “feminismo”, si consultamos a la RAE (Real Academia Española), estas son las acepciones que ofrece: **1.** m. Principio de igualdad de derechos de la mujer y el hombre. **2.** m. Movimiento que lucha por la realización efectiva en todos los órdenes del feminismo.

En síntesis, al definir el feminismo queda plasmada la idea de movimiento, principio, teoría que busca la igualdad en todas las esferas que involucran a la mujer, la diversidad y su reconocimiento como sujetxs de derecho. Desde esta mirada se coloca en el centro del debate el rol central de la comunicación, los medios y su responsabilidad mediática en la construcción de mensajes veraces.

La idea de principio de igualdad efectivamente es un eje transversal que se visibiliza en

los diferentes conceptos. Para ello, y de manera ilustrativa sin hacer extenso el recorrido histórico sobre el surgimiento de los movimientos feminista para entender cómo se construyen los mensajes desde los medios de comunicación.

La primera fase feminista surge a partir del siglo XVIII instalando la polémica sobre la naturaleza de la mujer y la jerarquía de los sexos. Indagaron sobre la educación y derechos de la mujer, una referente de esos tiempos fue Olympe de Gouges, entre tantas. Durante la segunda ola a mediados del siglo XIX, nace la lucha por el voto femenino, el acceso a la educación superior y las críticas a la obligatoriedad del matrimonio. En 1960, se configura la tercera ola del feminismo instalando políticas públicas reivindicando a la mujer, desde la anticoncepción como poder sobre el control de la natalidad y la liberación del goce sexual y no atado a la reproducción humana, haciendo fuerte la lucha por la ley del divorcio. Actualmente transitando una generación de derechos humanos orientados a las igualdades en todas sus aristas; se lucha por el fin de los privilegios de género hacia el varón, la ley del aborto, las luchas contra los estereotipos que generan desigualdades y discriminación. La lucha contra la violencia de género, acrecentada en contextos de pandemia, y el surgimiento del Movimiento LGTBIQ+.

San Luis se eligió para octubre del 2020 como sede para el Encuentro Nacional de Mujeres. El contexto de pandemia lo suspendió y quedó instalada en la agenda para realizarse este año, misma ciudad.

Existen diversas agrupaciones, organizaciones civiles, movimientos, colectivos que marchan constantemente por el pedido de justicia ante los femicidios que aumentan día a día, por el esclarecimiento de casos con violencia de género, y la lista sigue siendo larga en materia de marcha callejera, donde siempre están los mismos grupos: Pan y Rosas, ADEM (Asociación por los derechos de la mujer), Ni una Menos, Colectiva Feminista, Ningunas Santas, entre tantas y la Secretaría de la mujer, diversidad e igualdad (dependiente del Estado Provincial).

Este panorama histórico y de actualidad se suma al contexto de pandemia que nos conduce a la necesidad de pensar las repercusiones de las marchas de los movimientos feministas y el porqué de sus resistencias sociales, desde la influencia de los medios de comunicación en San Luis. La cobertura de las marchas y la construcción/producción de las noticias atraviesa dos situaciones particulares, primero que los cupos laborales en los medios de comunicación no son equitativos y se le suma que el ejercicio del periodismo, en líneas generales, no es desde una perspectiva de género.

En búsqueda de respuestas, la objetividad objetivada

Para responder algunos de los interrogantes planteados al inicio de nuestro trabajo, se utilizaron encuestas anónimas, con preguntas abiertas y de opciones, pensadas no solo como instrumento técnico de recogida de datos sino como todo un procedimiento de la investigación social que involucra un conjunto diverso de técnicas combinadas en una

sintaxis propia y coherente orientadas a construir un objeto científico de investigación. (López-Roldán, P. y Fachelli, S. 2015)

El análisis cualitativo de los datos obtenidos por las encuestas, nos brindaron un panorama más claro de las percepciones de la sociedad sobre las marchas de los movimientos feministas en San Luis. Para poder comprender la antipatía o empatía que generan en las maneras de luchar y visibilizar las realidades.

Las preguntas de las encuestas se pensaron para ser respondidas por cualquier persona elegida aleatoriamente y como único requisito se solicitó la mayoría de edad. Las mismas estuvieron orientadas al conocimiento que tienen sobre los movimientos feministas, los medios de comunicación que consumen de San Luis, las reacciones ante la violencia de género, las sensaciones ante la visibilización de las protestas, entre otras. Las encuestas se realizaron aprox. al 1% de la población total capitalina de San Luis (430 mil aprox.).

El análisis e interpretación de los datos sirvió para poder determinar cuáles son algunos de los motivos por los que los movimientos feministas generan antipatía social, y cómo se construyen los mensajes desde los medios de comunicación influyendo en la formación de la opinión pública. Así también poder entender cuáles son los mensajes construidos desde los movimientos feministas que consume la sociedad. El título "No están dando bien el mensaje", se puede interpretar de dos maneras posibles: los medios cómo y qué informan con respecto a las marchas, o cuál es el mensaje que quieren transmitir los movimientos de la mujer y la diversidad.

Los movimientos tienen una amplia gama de repercusiones al momento de hacerse escuchar frente al Estado, sus instituciones y a la sociedad en general. Desde diversos puntos de vista, "mirar" los movimientos feministas y analizar su existencia ha sido y será un espacio de debate y polémica que involucran tantos temas como personas en el mundo. En este sentido Stuart Hall (2004) plantea si existe realmente control social por parte de los medios de comunicación, ya que juegan un papel central en la producción social de los mensajes. El autor pone en duda los tres componentes del modelo de comunicación de masas cuando argumenta que: el significado de los mensajes no es simplemente fijo o determinado por el emisor, el mensaje no es transparente, y la audiencia no es un receptor pasivo de sentido.

Este trabajo se fundamenta en entender las repercusiones sociales ligadas más a la molestia en las maneras de luchar/protestar que al reclamo por los derechos de la mujer y justicia por los femicidios.

Lo que dicen las encuestas

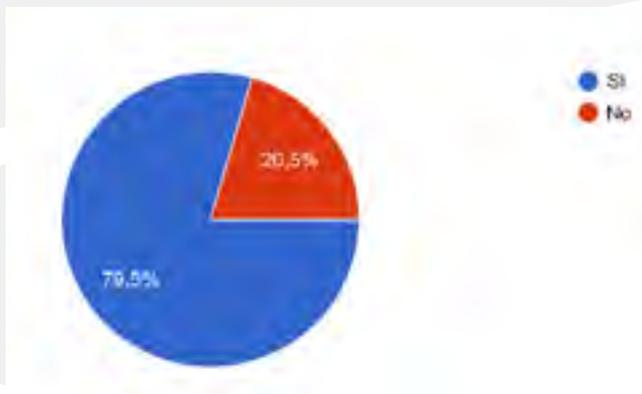
Con un total de ocho preguntas, la primera se orientó a saber lo que conocen lxs encuestdxs con respecto al feminismo. De manera descendente, la primera opción obtuvo mayor cantidad de respuestas, y desciende la cantidad de respuestas en la última opción.

1. Movimiento social y político- DD.HH.- Defienden a las mujeres.

2. Es justicia para todos.
3. Igualdad de oportunidad de géneros.
4. Adoctrinamiento político.
5. Una moda/Ns.Nc.

La segunda pregunta estaba orientada a si ¿Los movimientos feministas sirven para conquistar derechos?

Figura 1



https://docs.google.com/forms/d/1WfBoE5wkHmkHcNdts1dDzw50koZBxcxWxwg_7jR3L-Jw/edit#responses

Con respecto a la tercera pregunta ¿Qué hacés ante una situación de desigualdad o violencia de género? Los términos utilizados fueron ordenados de manera descendente, con mayor cantidad de respuestas en la primera fila, siendo menor cantidad en las filas que le siguen.

1. Intervengo/visibilizo/contengo.
2. Enojo/denuncia/defiendo.
3. Si hay posibilidad lo llevo a la justicia.
4. Nada/si no es de mi entorno no me involucro/lo que esté a mi alcance.

La cuarta pregunta ¿Qué te genera cuando presencias una marcha feminista? Del total de encuestadxs, el 85% respondió: acompañamiento/igualdad, el 15% restante: rechazo, no representación, violencia, adoctrinamiento y gracia.

En cuanto a ¿Qué medios de comunicación provinciales (San Luis) usas para informarte? La primera fila, mayor consumo desciende hacia la última opción.

- Diario de La República (medio gráfico oficial y de mayor tirada).
- Radios (Universidad, La Bulla - comunicación alternativa- Popular).

- Redes sociales: Facebook e Instagram de los medios.
- Canal 13 de San Luis. (Medio oficial)
- Diario digital "El Chorrillero".
- Agencia de Noticias San Luis. (Medio oficial)
- Colectivos feministas.

Con respecto a ¿Usted cree que los medios de comunicación de San Luis influyen en la construcción de opinión en la sociedad, si/no? ¿Por qué? Sobre un total de 40 respuestas, un 88% considera que si influyen los medios en la construcción de opinión y el porcentaje restante no consume, consideran que desinforman y/o que las noticias pasan desapercibidas.

Los argumentos a favor por parte de lxs encuestadxs sobre la influencia mediática sobre los movimientos de la mujer y las diversidades, hicieron mención de que:

- tienen el poder para guiar el pensamiento colectivo,
- la información es sesgada y seleccionan lo que se publica,
- consideran que la repetición de una noticia instala ideas y que la sociedad es influenciable,
- aluden que hay una posverdad instalada y que no existe la objetividad por parte de los medios, solo influyen vendiendo lo negativo de los movimientos.

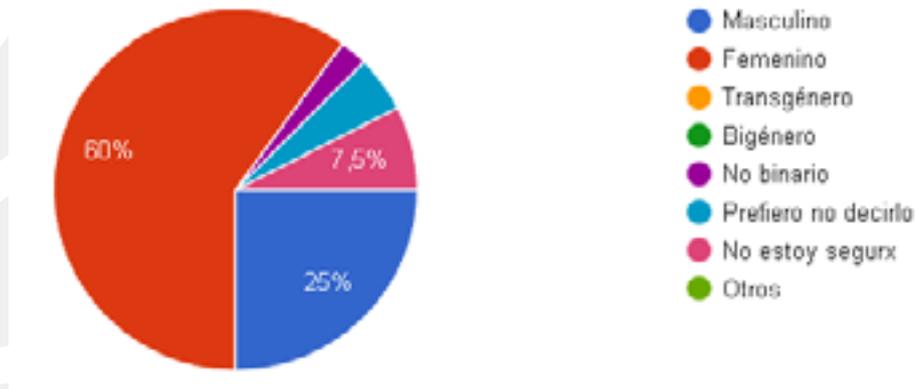
Las opiniones de lxs encuestadxs que consideran que los medios de comunicación no influyen, aportaron lo siguiente, que:

- solo consumen redes sociales,
- no consideran que sean medios masivos y solo desinforman,
- la gente ya tiene el pensamiento construido y no se compromete,
- muchas noticias pasan desapercibidas e influyen los medios de afuera, no los de San Luis.

En relación con ¿Qué dicen los medios de comunicación de San Luis con respecto a los movimientos feministas? Las respuestas se orientaron en su mayoría a "visibilizar lo negativo":

- publicitan con las marchas,
- los medios son profeministas sin sentido y ortodoxos,
- las marchas son violentas,
- las opiniones son tendenciosas, tergiversan los mensajes y generan desagrado,
- los medios son de derecha y conservadores por eso se centran en los disturbios.

Como última pregunta ¿Qué género te identifica?
Figura 2



https://docs.google.com/forms/d/1WfBoE5wkHmkHcNdts1dDzw50koZBxcxWxwg_7jR3L-Jw/edit#responses

En resumen, concluimos

Alsina (1989) dice, "noticia es una representación social de la realidad cotidiana producida institucionalmente, que se manifiesta en la construcción de un mundo posible" (p.185) en Biondi (2021). Cuando decimos mundo posible es este, diverso en todas sus dimensiones. Nos hace pensar ¿de quién es la mirada periodística que cubre las marchas feministas? Quizás aquí radica una de tantas situaciones a replantear. Informar con perspectiva de género es también pensar a la comunicación como un derecho. Es también una responsabilidad civil de los medios.

Esta agenda mediática a su vez se nutre de los criterios de noticiabilidad para evaluar y seleccionar aquellos acontecimientos que serán transformados en noticia para su posterior publicación y difusión en los medios. A su vez, estos criterios o "valores noticia" poseen como condición sine-qua-non que el hecho pase un primer filtro de actualidad, proximidad, veracidad y relevancia para la vida pública. (Biondi, 2021)

Argentina es el país con menor participación femenina en la producción de noticias, según un informe mundial del Proyecto de Monitoreo Global de Medios, las mujeres reportan el 37% de notas en diarios, radio y TV. En los medios nacionales el nivel cae al 27% y al 15% en diarios. Si los medios tienen el potencial de influir en la sociedad, construir realidades, es necesario que en la producción de mensajes participen las mujeres. La visión de la realidad sesgada nos dice que la cobertura y repercusiones de las marchas feministas tienen un sello más negativo y antipático. Si los movimientos proponen la lucha por las igualdades, entonces desde los medios de comunicación, como responsables en la cobertura periodística, debieran ser los precursores de producir mensajes con perspec-

tiva de género. “Los medios tienen el potencial de facilitar que se consiga la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer de manera más rápida y sustancial, o de ser un obstáculo para ello. Este informe es una llamada de atención a las empresas mediáticas y las redacciones. La discriminación por razón de género priva a la cobertura mediática del equilibrio y la autoridad que aportan las perspectivas diferentes”, indicó **Phumzile Mlambo-Ngcuka**, actual secretaria general adjunta y directora ejecutiva de ONU Mujeres. (<https://www.lettrap.com.ar/nota/2018-3-8-19-55-0-argentina-el-pais-con-menor-participacion-femenina-en-produccion-de-noticias>).

Nuestros interrogantes preliminares sobre cómo recibe e interpreta la sociedad los mensajes sobre los movimientos feministas, así como pensar si es una cuestión de género cómo se construye la información, o dónde está puesto el foco del mensaje importante para los medios, así como pensar cuáles son los mecanismos que influyen en la empatía o antipatía de las marchas y las maneras de reclamar, se resume en la molestia social que genera la “violencia”, disturbios y pintadas construida como “noticia importante” y como se invisibiliza la violencia de género.

No es casual que la mayoría de lxs encuestadxs que respondieran fueran mujeres y que está en consonancia con sentir el acompañamiento y justicia al presenciar marchas. En menor medida se siente el desagrado y violencia de los movimientos, y en una respuesta aparece el término gracia, así como interpretar que el feminismo es una moda. Existe una relación coherente entre lo que conocen sobre el feminismo como medio de lucha para conquistar derechos.

Encontramos sensaciones encontradas entre lxs encuestadxs, ya que casi la totalidad, ante una situación de violencia de género, deciden actuar, ayudar, intervenir y/o contener. Pero la molestia es lo que consumen de los medios sobre las maneras de luchar en contra justamente de todas las variantes de violencia de género.

La poca información “real” publicada por los medios quizás está ligada a la producción escasa con perspectiva de género y esto puede generar la antipatía. Se puede interpretar que vende más el disturbio o los aspectos negativos de una marcha, tergiversando mensajes y alterando el panorama completo de una protesta, que el objetivo real de los movimientos es la conquista de derechos equitativos.

En cuanto a los medios consumidos, hay una variedad de respuestas, encabezan los medios oficiales y también comunicación alternativa y de oposición. Existe un consumo en las redes sociales en donde lxs encuestadxs manifiestan que son los espacios para criticar, expresarse, ya que no existe feedback con los medios tradicionales. Se pone en tela de juicio si informan o desinforman los medios en San Luis, sobre todo cuando los medios más utilizados (televisión y diario) pertenecen a un Estado hegemónico de cuatro décadas. Un alto porcentaje está de acuerdo en que los medios de comunicación influyen en la sociedad visibilizando lo que conviene. Destacamos que actualmente se están llevando a cabo políticas de Estado provinciales y municipales con la premisa de atender las proble-

máticas de violencias de género y diversidad. Es en este sentido que, si bien suele haber cierta cobertura periodística de luchas feministas, la misma continúa con las tendencias que expresan lxs entrevistadxs. Podría pensarse si ello se debe a la falta de formación en perspectiva de género de quienes informan y que continúa en el trasfondo de las subjetividades construidas en una sociedad patriarcal.

Referencias bibliográficas

AMNISTÍA INTERNACIONAL. *¿Qué es el feminismo? Definir la cuestión.* (23 de diciembre 2020) <https://www.es.amnesty.org/en-que-estamos/blog/historia/articulo/que-es-el-feminismo-definir-la-cuestion/>

AMORÓS, C. y de Miguel, A. (2005). *Teoría feminista: de la Ilustración a la globalización.* Volumen 3 Minerva Ediciones. España.

BIONDI, M. A. (2021). La construcción de la verdad en la cobertura periodística que El Diario de la República hizo del caso de Brenda Arias [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de San Luis]. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=http%3A%2F%2Fhumanas.unsl.edu.ar%2Fajs_archivos%2FBIONDI_Antonella_Tesis.pdf&clen=25878362&chunk=true

HALL, S. (2004). *Codificación y decodificación en el discurso televisivo.* CIC: Cuadernos de información y comunicación. N°9. Madrid, España. <http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/CIYC0404110215>

LETRA P. *Argentina, el país con menor participación femenina en la producción de noticias.* <https://www.lettrap.com.ar/nota/2018-3-8-19-55-0-argentina-el-pais-con-menor-participacion-femenina-en-produccion-de-noticias>

Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N°26.522

LÓPEZ-ROLDÁN, P. y Fachelli, S. (2015). *La encuesta. Metodología de la Investigación Social Cuantitativa.* Bellaterra (Cerdanyola del Vallés): Depósito Digital de Documentos, Universidad Autónoma de Barcelona. Capítulo II. <http://ddd.uab.cat/record/163567>

MUJERES EN RED (27 de septiembre de 2021). *Los feminismos a través de la historia. Capítulo IV. Feminismo de la diferencia y últimas tendencias.* <https://www.nodo50.org/mujeresred/historia-feminismo4.html>

MUJERES EN RED. Periódico feminista. (2008). *¿Qué es el feminismo?* <https://www.mujeresenred.net/spip.php?article1308>

QUIROGA GIL, M. y Centeno M. (2017). *Mapa de medios digitales de la provincia de San Luis.* Volúmen 7, No 9. UNSL. San Luis. <http://fchportaldigital.unsl.edu.ar/index.php/ARGO/article/view/13>



Televisión argentina y radios. <http://www.tv-argentina.com.ar/provincia/san-luis.html>