

Eje 5. Comisión 2. Comunicación, género y diversidades sexuales  
Coordina María Laura Schaufler

## Ley de Equidad en Medios: hacia la inclusión de mujeres y disidencias

Dayana Alfaro | Universidad Nacional de Los Comechingones, Argentina  
[dayanalfaro21@gmail.com](mailto:dayanalfaro21@gmail.com)

María Antonella Biondi | Universidad Nacional de San Luis, Argentina  
[m.antobiondi@gmail.com](mailto:m.antobiondi@gmail.com)

### Resumen

El avance de los feminismos sobre la esfera pública instó a la profundización en problemáticas anteriormente normalizadas, entre ellas la falta de mujeres y disidencias sexo-genéricas<sup>1</sup> en los medios de comunicación. En este contexto, la reciente sanción de la Ley 27.635 de Equidad de Género en los Medios de Comunicación, aparece en Argentina como una medida y política pública para solventar la ausencia de paridad en los medios públicos, y fomentar en ellos la inclusión desde la perspectiva de género y diversidad. Asimismo, se recupera la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522 debido a que allí se contempla la incorporación o cese de prejuicios a las identidades de género y la incorporación de mujeres.

Este estudio parte de problematizar las prácticas del dispositivo periodístico, analizadas desde una metodología mixta con el propósito de indagar sobre el rol históricamente relegado a mujeres e integrantes del colectivo LGBTIQ+ en medios gráficos, radiales y televisivos de Argentina.

Para observar la necesidad y los puntos de aplicación de la nueva normativa mediática, analizaremos brevemente las prácticas sostenidas por los tres medios nacionales de: Página 12, Infobae y Filo News, a partir de julio de 2021, por ser de los sitios de actualidad informativa más consultados en su versión digital.

En relación con la metodología cualitativa seleccionada, la recopilación de información es realizada a partir de la técnica de observación. Respecto con la arista cuantitativa en este

<sup>1</sup> A los fines de esta investigación, se comprende como "disidencias sexo-genéricas" aquellas personas cuya autodeterminación se inscribe en el colectivo LGBTIQ+. Más específicamente, identidades travestis y transexuales, cuyas corporalidades desafían los binarismos de género.

análisis, la recolección y sistematización de datos se realiza a través de fichas de autoría propia y la representación de resultados mediante cuadros.

El objetivo de la investigación reside en ofrecer un panorama sobre la participación periodística de mujeres y disidencias en los medios de comunicación de acuerdo a la normativa mencionada. Si bien esta es una ley reciente, el estudio se enfoca en el análisis de períodos previos a su reglamentación.

Asimismo, este tipo de análisis busca visibilizar la problemática de equidad de género en los medios de comunicación y aportar herramientas para erradicarla.

**Palabras clave:** periodismo, equidad, género

## Introducción

El siguiente trabajo de investigación, parte del campo teórico del periodismo y los estudios de género para problematizar y repensar las prácticas laborales en los medios de comunicación para la incorporación de mujeres y disidencias.

A partir del análisis de tres medios digitales informativos de alcance nacional, este artículo retoma la Ley N° 27.635 de Equidad de Género en los Medios de Comunicación y la Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, para reflexionar en torno a la importancia del desarrollo de ámbitos laborales con perspectiva de género y diversidad. Para este trabajo, se seleccionaron tres medios de comunicación conforme a su masividad, llegada y reciente desarrollo de agendas periodísticas sobre problemáticas de género: Infobae<sup>1</sup>, FiloNews<sup>2</sup> y Página 12<sup>3</sup>.

El desarrollo de este trabajo, recorre las normativas legales de la Ley 27.635 y la Ley 26.522, para postular sus futuros aportes a la inclusión de diversidades en los medios de comunicación, con relación a la situación actual en la que se ubican las mujeres y disidencias que se desempeñan profesionalmente en el periodismo.

## Desarrollo

### Hacia un marco normativo inclusivo

La Ley 27.635 de Equidad de Género en Medios de Comunicación<sup>4</sup> se consolidó durante este año, luego del trabajo colaborativo con especialistas de la Red PAR<sup>5</sup>, el colectivo de Periodistas Argentinas y trabajadoras del medio de comunicación LatFem<sup>6</sup>.

La normativa, cuya salida es reciente para la redacción de este artículo, contempla entre sus puntos la promoción del lenguaje inclusivo en la producción de contenidos, la construcción de una agenda informativa desde la perspectiva de género, capacitaciones y elaboración de protocolos, guías de actuación y material de apoyo sobre temáticas relativas al género para los medios públicos. En el marco normativo, la categoría de "equidad", que se hace presente en la denominación de la ley, se propone como principio superador del concepto de "paridad".

*"Artículo 3º- Definición. A los efectos de la presente, se considera equidad en la representación de los géneros desde una perspectiva de diversidad sexual a la igualdad real de derechos, oportunidades y trato de las personas, sin importar su identidad de género, orientación sexual o su expresión" (Ley 27.635,2021).*

<sup>1</sup> "Infobae: hacemos periodismo". En: <https://www.infobae.com/>

<sup>2</sup> "Filonews". En: <https://www.filo.news/>

<sup>3</sup> "Página 12: la otra mirada". En: <https://www.pagina12.com.ar/>

<sup>4</sup> EQUIDAD EN LA REPRESENTACIÓN DE LOS GÉNEROS EN LOS SERVICIOS DE COMUNICACIÓN DE LA REPÚBLICA ARGENTINA. Disponible en <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/246657/20210708>

<sup>5</sup> Periodistas de Argentina en Red Por una Comunicación No sexista.

<sup>6</sup> LATFEM: Periodismo Feminista. En: <https://latfem.org/>

Por su definición propuesta por la Real Academia Española (RAE), el término "equidad" se refiere a "1. f. Igualdad de ánimo; 2. f. Bondadosa templanza habitual, propensión a dejarse guiar, o a fallar, por el sentimiento del deber o de la conciencia, más bien que por las prescripciones rigurosas de la justicia o por el texto terminante de la ley; 3. f. Justicia natural, por oposición a la letra de la ley positiva".

Por otro lado, la misma academia refiere a la "paridad" como "1. f. Comparación de algo con otra cosa por ejemplo o símil; 2. f. Igualdad de las cosas entre sí".

La ley, cuya implementación es de carácter obligatoria para medios de comunicación de gestión pública, privada y sin fines de lucro, plantea la representación de travestis, transexuales, transgénero y personas intersex en la contratación de su personal, bajo la posibilidad de caer en sanciones como llamados de atención y apercibimientos.

*"Artículo 4º- Principio de equidad. La equidad en la representación de los géneros desde una perspectiva de diversidad sexual en el acceso y permanencia a los puestos de trabajo en los servicios de comunicación operados por prestadores de gestión estatal debe aplicarse sobre la totalidad del personal de planta permanente, temporaria, transitoria y/o contratado, cualquiera sea la modalidad de contratación incluyendo los cargos de conducción y/o de toma de decisiones.*

*En todos los casos, debe garantizarse una representación de personas travestis, transexuales, transgéneros e intersex en una proporción no inferior al uno por ciento (1%) de la totalidad de su personal" (Ley 27.635, 2021).*

La correcta cumplimentación de la normativa, trae a los medios de comunicación de gestión privada la posibilidad de acceder a un registro y certificado públicos, que les otorga privilegio para acceder a la asignación de publicidad oficial de parte de organismos del sector público nacional.

Para acceder al beneficio del certificado de equidad, la ley establece que los medios de comunicación deberán elevar informes anuales en los que acrediten su progreso en materia de equidad, detallando el cumplimiento de al menos cuatro de los siguientes requisitos:

*"a. Procesos de selección de personal basados en el respeto del principio de equidad en la representación de los géneros;*

*b. Políticas de inclusión laboral con perspectiva de género y de diversidad sexual;*

*c. Implementación de capacitaciones permanentes en temáticas de género y de comunicación igualitaria y no discriminatoria, de conformidad con la normativa vigente en la materia;*

*d. Acciones para apoyar la distribución equitativa de las tareas de cuidado de las personas trabajadoras;*

*e. Disposición de salas de lactancia y/o de centros de cuidado infantil;*

*f. Promoción del uso de lenguaje inclusivo en cuanto al género en la producción y difusión de contenidos de comunicación;*

*g. Protocolo para la prevención de la violencia laboral y de género" (Ley 27.635, Art. N° 7, 2021).*

Este marco normativo, puede definirse como feminista, en tanto no sólo contempla la equidad en la conformación de equipos de trabajo, sino que reconoce la desigualdad imperante en el mercado laboral de los medios de comunicación y la necesidad de actuar en consecuencia. Además, como se mencionó anteriormente al principio de este trabajo, fue mayoritariamente impulsado por activistas y periodistas feministas.

La ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, fue sancionada en 2009 y promulgada en 2010, con los objetivos de regular los medios de comunicación audiovisual de todo el territorio argentino, con la finalidad de evitar la concentración de las nuevas tecnologías en un sector y promover su democratización.

Además de garantizar el uso y disposición equitativa de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) para cumplimentar con los derechos a la información y a la comunicación, garantizados por tratados internacionales de jerarquía constitucional, la ley de medios también prevé la elaboración de contenidos con perspectiva de género y la equidad en la conformación de equipos de trabajo.

*"e) Promover una imagen equilibrada y variada de las mujeres y los hombres en los medios de comunicación". (Art. 9, 26.522)*

También, en su artículo 3 la normativa establece como objetivo:

*"m) Promover la protección y salvaguarda de la igualdad entre hombres y mujeres, y el tratamiento plural, igualitario y no estereotipado, evitando toda discriminación por género u orientación sexual"*

Así también, esta ley otorga a la Secretaría de Medios de Comunicación de la Nación las tareas de impulsar campañas de sensibilización y concientización; capacitar a los profesionales de los medios sobre violencia contra las mujeres y promover la eliminación del sexismo en la información. Esta normativa, también representa un antecedente en materia de género por disponer la creación de la Defensoría del Público, como organismo encargado de promover el respeto a los Derechos Humanos junto a la recepción de consultas y reclamos de consumidorxs de medios.

### **La equidad de género en tres medios digitales**

Tanto la Ley de Equidad en Medios como la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual se proponen la composición de una agenda informativa que aborden temáticas de género. Sin embargo, como se señaló anteriormente, la conformación de equipos de trabajo que contemplen el cupo femenino y de disidencias también es imprescindible para cumplimentar con el objetivo de la equidad.

Para la realización de este trabajo se seleccionaron los medios de comunicación: Filo-news, Página12 e Infobae. La sistematización de datos comenzó en julio de este año.

Como medio informativo, Filo.News se consolida en un formato nativo digital que combina un portal de noticias a través de su sitio web, un noticiero en vivo que utiliza la plataforma de YouTube, y amplia presencia en redes sociales como Instagram.

En entrevistas, su creador Mario Pergolini aseguró que el medio se dirige a un rango etario que abarca entre los 18 y 40 años<sup>7</sup>. Su portal desestructurado, contempla la división por secciones como "comida", "espectáculos", "viral", "cine y series", "deportes", "actualidad" y "género".

La sección de género, que nos compete a los fines de este trabajo, posee en su mayoría información de actualidad relativa a las políticas de género impulsadas por el gobierno nacional, así como desapariciones, femicidios o crímenes de odio. Las notas firmadas únicamente son las de opinión o las de informes periodísticos que implican mayor desarrollo. En este punto destacan las periodistas: Paula Gimenez, Rocio García, Mercedes Paz y Antonella Morello, que no sólo se abocan o especializan en estas secciones, sino que participan también de las de entretenimiento.

Por otro lado, en su cuenta de instagram, Filo.News elaboró una sección de videos en formato de instagram tv, que se denomina "Sexipedia" y cumple el objetivo de difundir conceptos relativos a la Educación Sexual Integral y la perspectiva de género. Para estas secciones, comúnmente convoca comunicadoras especializadas.

Infobae tiene sus orígenes en el año 2002, como medio digital creado por el empresario argentino Daniel Hadad con la intención de consolidar una versión en línea del diario "Buenos Aires Económico" (BAE). De forma reciente, el medio fue distinguido por la Fundación Kónex como el mejor emprendimiento digital de la década y consiguió expandirse a Miami y Ciudad de México, en donde se consolidó como el cuarto sitio de noticias más visitado.

Contrario a Filo.News, Infobae no posee una sección específica relativa a temáticas de género, sino que la información se encuentra mayoritariamente dispuesta en las secciones de "Sociedad y Política", hasta incluso apartados ligados al entretenimiento, las tecnologías y la información internacional de otros países de latinoamérica.

La transversalidad de la perspectiva de género, es implementada por el medio en la distribución de la información en secciones no específicas, también es notoria en la elección de las periodistas que abordan las temáticas. Pese a esto, cabe destacar que la agenda del medio también prioriza la información de testimonios que socavan las políticas públicas implementadas en materia de género.

Nuestro tercer medio analizado es "Página 12: La otra mirada", diario de formato gráfico y digital fundado en 1987 por Jorge Lanata y Ernesto Tiffenberg. Según los datos relevados por la subsidiaria de Amazon "Alexa", se constituye como el cuarto portal informativo con más tráfico web en Argentina.

Página 12, no cuenta con secciones específicas de género, pero sí con un destacado suplemento que ocupa una versión digital y una gráfica de salida semanal: "Las 12", reconocida como la sección feminista de Página 12.

Pero no es el único suplemento encargado de abordar temáticas de género, puesto que

<sup>7</sup> "Filo.News: la nueva revolución audiovisual de Mario Pergolini". Disponible en: <https://www.todotvnews.com/filo-news-la-nueva-revolucion-audiovisual-de-mario-pergolini/>.

Página 12 sumó a esta apuesta "SOY", una versión gráfica y digital abocada a la actualidad informativa de la comunidad LGBTIQ+. En este punto, destacamos que si bien entre lxs periodistas de esta sección abundan las mujeres cis-género, también se encuentran otras identidades como lesbianxs<sup>8</sup>, no- binaries y transexuales.

Así también, cabe destacar que Página 12 posee el newsletter semanal "Newsletter de Feminismos", escrito por la periodista argentina Mariana Carbajal, consolidada como la referente argentina del periodismo con perspectiva de género.

#### Mujeres y disidencias en secciones de género

FloNews	Infobae	Noticias de la Nación
Paula Gimenez	Luciana Peker	Mariana Carbajal
Rocío García	Mariana Fernández Camacho	Esther Díaz
Mercedes Paz	Carina Cabo	Sonia Tessa
Antonella Morello	Laura Saldvía Menajovsky	Estefanía Santoro
		Candelaria Domínguez
		Camila Alfie
		Guadalupe Treibel
		Gabriela Martínez
		Maruja Bustamante
		Maia Debowicz
		Antonia Kon
		gaila nihil

(Cuadro elaborado por las autoras)

#### El orden del discurso: ¿quién está habilitad<sup>x</sup> a decir?

En su obra "El Orden del discurso" (1970) el filósofo Michel Foucault nos proporciona las herramientas para pensar los mecanismos de exclusión y aceptación de los discursos, que no sólo separan enunciados falsos de verdaderos, sino que habilitan o desprestigian enunciatari<sup>x</sup>s.

*"En una sociedad como la nuestra son bien conocidos los procedimientos de exclusión. El más evidente, y el más familiar también, es lo prohibido. Se sabe que no se tiene derecho a decirlo todo, que no se puede hablar de todo en cualquier circuns-*

<sup>8</sup> Conforme a los aportes de la filósofa Monique Wittig y de las pensadoras postwittingianas, consideramos el lesbianismo como una identidad de género en sí misma. "En qué sentidos las lesbianas son mujeres y en qué sentidos no lo son; el carácter literal o metafórico de su recurso a la lesbiana; si su pensamiento defiende, y en qué dirección, la noción de un sujeto humanista descorporalizado, no marcado por el sexo ni por el género; si el lesbianismo configura una subjetividad específica que distancia radicalmente a las mujeres lesbianas de las heterosexuales; sobre la cercanía o lejanía de su pensamiento con la fórmula de Rich sobre el «continuum lesbiano»" (Suárez Briones, B., 2013, en Las lesbianas (no) somos mujeres, p.9.)

*tancia, que cualquiera, en fin no puede hablar de cualquier cosa. Tabú del objeto, ritual de la circunstancia, derecho exclusivo o privilegiado del sujeto que habla: he ahí el juego de tres tipos de prohibiciones que se cruzan, se refuerzan o se compensan, formando una compleja malla que no cesa de modificarse” (Foucault, 1970 ,p.5)*

La mayor presencia de mujeres cis-género y diversidad en secciones y suplementos de género, nos permite esbozar algunas reflexiones sobre las voces que son autorizadas por la línea editorial mediática para pronunciarse sobre temáticas relativas a la identidad y expresión de género, crímenes de odio y femicidios.

En este punto, destacamos la relevancia del hecho de que el proceso de escritura sobre temáticas de violencias por razones de género, sea desarrollado por las identidades que lo padecen. Esta práctica laboral, sostenida en medios informativos -ya sea de forma voluntaria o involuntaria- responde al principio de *autoconciencia feminista*<sup>9</sup> que facilita a mujeres y disidencias la toma de conciencia de sí.

Podemos retomar a la socióloga y referenta del feminismo materialista Christine Delphy, que afirma la importancia de estos procesos de concienciación, basados en la autopercepción colectiva de las mujeres. Claro, que en este punto, se añade el atravesamiento interseccional de las categorías de género, sexo, raza y clase social para pensar las diferencias que subyacen en la subjetividad de cada feminidad.

*“En concreto, la liberación de las mujeres es posible con la destrucción total del sistema de producción y de reproducción patriarcal. El objetivo último del Movimiento de Liberación de las Mujeres, como lo expresa Delphy, es la revolución, esto es, la toma del poder político. Ante esto, para la autora, el movimiento debe prepararse para la lucha revolucionaria: por un lado, la movilización debe realizarse sobre la base de la opresión patriarcal y, por ende, incluyendo a todas las “individuas” oprimidas; se pone así el acento en la solidaridad, la toma de conciencia y, podemos precisar, en la dinámica de concienciación entre las mujeres. Por otro lado, afirma Delphy que, “las alianzas y tácticas a corto plazo del movimiento con otros grupos, movimientos o partidos revolucionarios deben efectuarse a partir de una adhesión sin ambigüedades a estos últimos objetivos del movimiento” (Delphy, 1985, p. 28 en Smaldone, M. “La manzana de la discordia”, Enero-junio, 2014 Vol. 9, No. 1: 7-29 )*

Por otro lado, si contrastamos las notas firmadas por periodistas mujeres o disidencias en los suplementos de género con otras secciones como la de Economía, notamos que su presencia es escasa, mientras que abunda la opinión autorizada de periodistas varones.

<sup>9</sup> La autoconciencia feminista se define como una forma de activismo propia del feminismo radical estadounidense, que inició en 1967 con las militantes Shulamith Firestone, Anne Koedt, Kathie Sarachild y Carol Hanisch. La iniciativa original, se comprendía en grupos de mujeres que se reunían semanalmente para reflexionar sobre sus condiciones de vida.

En este punto, con respecto a los medios analizados, debemos hacer la aclaración de que *FiloNews* -a diferencia de *Infobae* y *Página12*- carece de una sección abocada la Economía, por lo que las noticias vinculadas a la temática se encuentran bajo el catálogo de "Actualidad", junto a la información relativa a la política nacional.

La inequidad manifiesta en la distribución de temas de actualidad, en cuanto a lxs profesionalxs convocadxs a pronunciarse sobre determinadas temáticas, nos permite cuestionarnos si desde el punto de vista mediático, la línea editorial considera a mujeres y disidencias aptas únicamente para posicionarse sobre áreas relativas a la identidad pero no a las problemáticas sociales que circunscriben la realidad política y económica del país. De esta forma, el orden del discurso funciona como un mecanismo de exclusión que otorga la facilidad de la palabra a varones cis-género, mientras circunscribe a mujeres y disidencias sexo-genéricas a un sólo ámbito de la vida pública.

En este punto, el concepto de interseccionalidad mencionado anteriormente, nos permite añadir aportes reflexivos al campo periodístico, para pensar cómo las categorías de género, sexo, raza y clase social se constituyen de forma imbricada en cada subjetividad. Desde un punto de vista analítico, la interseccionalidad nos permite comprender la colonialidad de género como organización patriarcal y heterosexista de la vida, que influye directamente en la producción del conocimiento, que a los fines de este trabajo se comprende en lxs periodistas que elaboran y firman los artículos.

*"El sistema de género es heterosexualista, ya que la heterosexualidad permea el control patriarcal y racializado sobre la producción, en la que se incluye la producción del conocimiento, y sobre la autoridad colectiva"* (Lugones, 2008, p.98)

En otras palabras, si mujeres y disidencias sexo-genéricas se encuentran en los estratos más bajos de la sociedad, con consecuencias constatables en el amplio margen de feminización de la pobreza y con discriminación laboral hacia personas travestis y transgénero<sup>10</sup>, resulta ilógico que la información sobre la actualidad económica sólo quede relegada a varones cis-género. Se observa entonces, que dentro del Orden del Discurso que regula las prácticas periodísticas, hay determinadas voces habilitadas a pronunciarse sobre ciertos temas de actualidad. La discriminación e invisibilización de mujeres y disidencias en la práctica periodística, no sólo deviene como "violencia mediática", sino que constituye un tipo de violencia epistémica, en tanto polariza la producción y difusión de conocimiento científico perpetuando el sistema androcéntrico.

En su obra *Reflexiones sobre Género y Ciencia* (1991) Evelyn Fox Keller piensa el androcentrismo desde la generización de las ciencias, a través de la asociación de las masculinidades y feminidades con estereotipos como "objetividad", "sentimentalismo" o "subjeti-

<sup>10</sup> La Ley 27.636 de Promoción al Empleo para Personas Travestis, Transexuales y Transgénero fue sancionada el 24 de junio de 2021.

vidad", así como nuestro enraizamiento lingüístico con expresiones como "ciencias duras" y "ciencias blandas".

*"Cuando apodamos ´duras´ a las ciencias objetivas en tanto que opuestas a las ramas del conocimiento más ´blandas´ (es decir más subjetivas), implícitamente estamos invocando una metáfora sexual en la que por supuesto ´dura´ es masculino y ´blanda´ es femenino. De forma general, los hechos son ´duros´, los sentimientos son ´blandos´. ´Feminización´ se ha convertido en un sinónimo de ´sentimentalización´. Una mujer que piensa científica u objetivamente está pensando ´como un hombre´; a la inversa, el hombre que siga un razonamiento no racional, no científico, está argumentando ´como una mujer´" (Fox Keller E. , 1991, p.85).*

Si llevamos el aporte de Fox Keller al campo de las prácticas periodísticas, notaremos cómo la división y jerarquización científico-académica tiene su réplica en el universo de los medios de comunicación. De modo que las áreas de la actualidad informativa circunscritas a problemáticas sociales son relegadas a feminidades, mientras que las noticias "duras" económicas son desarrolladas por hombres.

En esta misma reflexión, cabe también preguntarnos si es lícita la conformación de una agenda de género que no contemple una construcción conjunta con un equipo de profesionales también integrado por hombres cis-género. Lejos de ser un área sólo circunscrita a mujeres y disidencias sexo-genéricas, la inclusión de colegas varones contribuiría a la construcción de nuevas masculinidades.

### Periodistas en secciones de Economía

FiloNews	Infobae	Palpatá
Gonzalo Finlez	José Luis Cieri	Adrián Figueroa Díaz
Candelaria Botto	Sebastián Palatnik	Julieta Izcurdia y Martín Burgos
	Daniel Oks	Carlos Heller
	Diego Lo Tartaro	Alfredo Zaiat
	Enrique Szewach	Raúl Dellatorre
	Julio Bárbaro	Natalí Rizzo
	Ximena Casas	David Cufre
	Luis Beldi	Leandro Renou
		Javier Lewkowicz
		Valentina Castro
		Raúl Dellatorre
		Federico Kucher
		Andrea Gabriela Musante y Juan Nicolás Fera

(Cuadro elaborado por las expositoras)

En este sentido, señalamos el rol fundamental que cumplen los medios de comunicación en la construcción de estereotipos sociales. La interiorización del rol social de la masculinidad hegemónica, no sólo se desarrolla en nuestra interacción con el núcleo familiar y amistoso, sino también en espacios como la escuela o el trabajo, así como en discursos institucionalizados como el de los medios de comunicación.

Sobre la conformación de las masculinidades hegemónicas, retomamos al pensador Luciano Fabbri (2009) que sostiene que

*"rodeados de mujeres en nuestra crianza, con las que debemos generar una distancia afectiva y casi reactiva en afán de evitar el contagio de ´lo femenino´, y distanciados afectivamente de nuestros padres, que restringen su presencia doméstica al lugar de proveedor y principio de autoridad, aprendemos a ser hombres a partir de 3 principales vías:*

*- Los medios de comunicación, y la industria del entretenimiento en general, en la cual encontramos superhéroes, niños superpoderosos, adolescentes ganadores y famosos, y galanes mujeriegos y exitosos que imitar. Las mujeres, reducidas a sujetos débiles a quienes proteger, objetos tentadores a los que poseer.*

*- Grupo de amigos varones; dónde priman las relaciones de competencia, de agresión, de marcada homofobia y objetivación de las mujeres. Allí el varón aprende a relacionarse con otros varones, repitiendo rituales hasta lo grotesco, replegando cualquier deseo o conducta que pudiera ser reprobada por sus pares, sometiéndose a la construcción uniforme de sus identidades masculinas.*

*- La forma por excelencia del "hacerse hombre"; el rechazo a lo culturalmente entendido como "lo femenino", reconocido en las mujeres, en otros varones, en nosotros mismos. El machismo en general, y la misoginia y la homofobia en particular, son dos de las formas más comunes en que esta situación se manifiesta. Tomar distancia de "lo femenino" incluye el tomar distancia de una serie de emociones y sentimientos que todos los varones experimentamos, pero que rechazamos avergonzadamente, con culpa, por asociarlas a la otredad femenina, que es entendida como inferioridad" (Fabbri, L., 2009, p.3).*

En este sentido, creemos que en el plano de sus prácticas profesionales, los dispositivos que conforman el quehacer periodístico, en la división de roles y la distribución de contenidos para ser tratados por sus redactorxs y columnistas, implementan y proyectan estereotipos y roles de género socialmente asumidos.

### **Conclusiones: proyectamos aportes de una Ley de Equidad en Medios**

La observación de los medios nacionales: *Página 12*, *Infobae* y *FiloNews*, nos permitió detectar una presencia mayoritaria de mujeres y disidencias en secciones o suplementos

informativos de género. Vimos cómo temáticas propias de la actualidad como femicidios, crímenes de odio, derechos adquiridos y legitimados de colectivos vulnerados, tanto como reflexiones en torno a la economía doméstica, son comúnmente abordados por mujeres cis-género y disidencias sexo-genéricas.

Así también, tomamos como medida de comparación la sección o categoría de Economía para contrastar con otrxs profesionales convocadxs para conformar el equipo de trabajo. Dicha observación, nos permitió detectar que en todos los casos las notas informativas de esta sección fueron mayoritariamente firmadas por hombres.

Como mencionamos en nuestro análisis de la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual y la recientemente sancionada Ley de Equidad en Medios, las normativas jurídicas nacionales impulsan la contratación y el cupo laboral de mujeres y diversidades para la conformación de los equipos de trabajo.

Mientras que la Ley 26.522 enfatiza en la producción y creación de contenidos no estigmatizantes y discriminatorios, la Ley de Equidad propone esquemas de contratación en medios de comunicación públicos y privados, en lo que comprendemos como un **refuerzo** de lo postulado en la anterior Ley de Medios, que también consignaba la representación de mujeres y diversidades en los equipos de trabajo.

En Argentina, conforme a la reforma constitucional de 1994, los tratados internacionales sobre Derechos Humanos poseen jerarquía constitucional<sup>11</sup>. De este modo, la *Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra La Mujer – “Convención de Belém do Pará”* fue adoptada por la OEA en junio de 1994, y ratificada en nuestro país en marzo de 1996 por la Ley 24.632<sup>12</sup>.

Entre sus normativas, este tratado internacional establece la orden de promover la participación activa de los medios de comunicación en estrategias de difusión no sexistas.

*“g. Alentar a los medios de comunicación a elaborar directrices adecuadas de difusión que contribuyan a erradicar la violencia contra la mujer en todas sus formas y a realzar el respeto a la dignidad de la mujer” (Convención de Belém Do Pará, art.8, 1994).*

Por otro lado, la *Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW)* define la “discriminación contra la mujer” como “toda distinción, exclusión o restricción basada en el sexo que tenga por objeto o por resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio por la mujer”. Para luchar contra los prejuicios y las formas imperantes de la violencia, los Estados Partes de esta Convención

<sup>11</sup> Art. 75- inciso 22: “Declaraciones, Convenciones, y Pactos complementarios de derechos y garantías”. Constitución Nacional Argentina.

<sup>12</sup> Ley 24.632. Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra La Mujer – “Convención de Belém do Pará”. Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-24632-36208/texto>.

se comprometen a la toma de medidas que logren la modificación de los patrones socio-culturales basados en la inferiorización de las mujeres (CEDAW, art. 10)

Como sabemos, en Argentina la Ley 26.485 de *Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la violencia contra las mujeres* integra los conceptos de estas normativas internacionales, y define la violencia simbólica como aquella caracterizada por la difusión de mensajes estereotipados, *"naturalizando la subordinación de la mujer en la sociedad"*. Su modalidad, definida como mediática, consiste en la publicación y divulgación de publicaciones sexistas en los medios masivos de comunicación .

Con la base de las normativas internacionales mencionadas anteriormente, junto a su jerarquía constitucional, comprendemos que la implementación de nuevas leyes nacionales contra la violencia de género en su forma simbólica, hacen a la deconstrucción de estereotipos y roles de género, que conforman el modelo de masculinidad hegemónica en el que se basa la producción de conocimiento.

*"Los estereotipos genéricos sobre lo masculino y lo femenino, poseen en su excesiva generalización la posibilidad de uniformidad y homogeneización, obstaculizando la manifestación de las particularidades de lxs sujetxs en torno a sus formas de pensar y sentir"* (Fabbri, L. , 2009, p. 4).

A su vez, cabe señalar que la implementación de la Equidad de Género en medios no sólo contribuiría a asignar mayor proporción de mujeres y feminidades en el periodismo, sino también a la construcción de nuevas masculinidades, que se permitan reflexionar sobre su identidad y expresión de género, junto a sus privilegios dentro del sistema patriarcal. Creemos que el cuestionamiento y la crítica de la disposición del orden del discurso, hacia dentro de secciones como las de Género y Economía, son herramientas útiles para comprender la generización en el trabajo periodístico.

Los roles y estereotipos de género, en este punto incluirían consecuencias menos constatables a simple vista, como las aptitudes socialmente asignadas que otorgan -o no- la idoneidad para posicionarse como enunciatarix de la actualidad informativa.

También, por fuera de los binarismos de género, apuntamos a la relevancia que tienen tanto la Ley de Equidad en Medios como la Ley de Cupo Laboral Travesti-Trans para la incorporación de disidencias sexo-genéricas a espacios de trabajo en sectores públicos y privados. Conforme a la alta vulnerabilidad de las diversidades sexuales, señalada en informes internacionales de organismos de Derechos Humanos, creemos que la reciente sanción de ambas normativas nacionales responden a la lucha de colectivos y movimientos sociales históricamente vulnerados.

*"La violencia contra las personas trans, particularmente las mujeres trans, es el resultado de la combinación de varios factores: exclusión, discriminación y violen-*

cia en el ámbito de la familia, de la educación y de la sociedad en general; falta de reconocimiento de su identidad de género; involucramiento en ocupaciones que las ponen en un riesgo más alto de violencia; y alta criminalización" (CIDH, cap. 5 art. 16, 2015, p.15)<sup>13</sup>.

### Referencias bibliográficas

BIONDI, A. (2019). "El Poder y la Crítica en la Verdad Periodística". *RevID, Revista de Investigación y Disciplinas*, Número 1, San Luis, 62-85.

FABBRI,, L. (2009). "¿Y el primer sexo que? Des-haciéndonos Hombres. La educación popular como camino a la autodesignación". I Jornadas CINIG de Estudios de Género y Feminismos Teorías y políticas: desde el Segundo Sexo hasta los debates actuales. 29 y 30 de Octubre de 2009.

FOUCAULT, M. (1970). "El orden del discurso". Buenos Aires, Argentina. Editorial Tusquets.

FOX KELLER, E. (1991). "Reflexiones sobre género y ciencia". Edicions Alfons El Magnánim. Institució Valenciana D'Estudis I Investigació.

OEA. Informe sobre "Violencia contra las personas lesbianas, gays, bisexuales, trans e intersex en América", OAS/Ser.L/V/II.rev.2 Doc. 36 12, noviembre 2015

SMALDONE, M. (2014). "Un legado beauvoiriano: el trabajo doméstico en la perspectiva del feminismo materialista de Christine Delphy". *La manzana de la discordia*, Enero-junio, 2014 Vol. 9, No. 1: 7-29

LUGONES, M. (2008). "Colonialidad y Género". *Tabula Rasa*. Bogotá - Colombia, No.9: 73-101, julio-diciembre 2008

Ley 26.485 de 2009. Por la cual se establece la Protección Integral Para Prevenir, Sancionar Y Erradicar la Violencia contra las Mujeres en los Ámbitos en que Desarrollen sus Relaciones Interpersonales. 11 de marzo de 2009. B. O. No 14/04/2009.

Ley 26.522 de 2009. Por la cual se regulan los Servicios de Comunicación Audiovisual en todo el ámbito territorial de la República Argentina. 10 de octubre de 2009. B. O. No 31.756, 10/10/2009.

[https://www.pagina12.com.ar/347494-ya-es-ley-la-equidad-de-genero-en-los-medios-de-comunicacion?amp=1&gclid=Cj0KCQjwkIGKBhCxARIsAINMioI1H5LAKpBr-Go-t4uUuDaKybwoZHW3wZRLvjoOYwAvjp3b0ZHpZiY0aAlUuEALw\\_wcB](https://www.pagina12.com.ar/347494-ya-es-ley-la-equidad-de-genero-en-los-medios-de-comunicacion?amp=1&gclid=Cj0KCQjwkIGKBhCxARIsAINMioI1H5LAKpBr-Go-t4uUuDaKybwoZHW3wZRLvjoOYwAvjp3b0ZHpZiY0aAlUuEALw_wcB)

<sup>13</sup> Comisión Interamericana de Derechos Humanos. "Violencia contra Personas Lesbianas, Gays, Bisexuales, Trans e Intersex en América".