

Las producciones discursivas de la prensa argentina sobre la violencia de género: Visibilidad y naturalización

Eje temático: Producción discursiva y medios de comunicación

Autora: Gil, Ana Soledad

soledadgil01@yahoo.com.ar

Resumen

Este trabajo forma parte de otro de mayor alcance donde nos ocupamos de la construcción de sentido en la prensa argentina, haciendo foco en la violencia de género. Nuestro punto de partida se basa en la preocupación sostenida acerca de las producciones mediáticas y periodísticas de los medios tradicionales de comunicación sobre la problemática de la violencia contra las mujeres, dado que tiene importantes consecuencias políticas, sociales, económicas y sanitarias que involucran a toda la sociedad¹. Aquí nos ocuparemos de las producciones discursivas de los diarios *La Nación* y *Clarín* relativas a violencia de género, con el fin de elaborar un estado de situación tras la nueva legislación (Ley Nacional N° 26.485 Violencia Contra La Mujer. Prevención, Sanción y Erradicación y Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual) y bajo el impacto de las sugerencias, capacitaciones y supervisión tanto de los organismos internacionales como del movimiento de mujeres.

Por un lado, desde el año 2009, nuestro país cuenta con una ley nacional integral que brega porque las mujeres accedan al derecho humano de vivir sin ningún tipo de

¹ Sólo en los primeros 15 días del mes de enero del 2013, se registró un feminicidio cada 48 horas, movilizado por la violencia patriarcal.

violencia. Dicho marco legal, basado en distintos tratados internacionales de jerarquía constitucional, contempla tipos y modalidades de violencia de género atendiendo a los ámbitos públicos y privados por igual. Por otro, la insistencia en analizar y reflexionar sobre las producciones mediáticas, recae en que los medios son importantes actores sociales que conforman el mundo simbólico, entre otras instituciones, de una sociedad. Como difusores de valores y constructores de visiones del mundo, tienen un rol fundamental. En este sentido, desde sus producciones discursivas, pueden contribuir a transformar el orden establecido o a mantenerlo, reforzarlo y/o naturalizarlo.

Al respecto, en los últimos años, la prensa argentina ha incorporado en sus agendas la temática de la violencia contra las mujeres debido, principalmente, a una alianza entre periodistas comprometidas y comprometidos con un periodismo no sexista y las organizaciones feministas y de mujeres. Esto es sin duda, un logro. No obstante, estudios recientes confirman que el tratamiento de dicha información remite a valores tradicionales y patriarcales. Si bien en las publicaciones encontramos fuentes especializadas y términos como “*violencia de género*” y/o “*femicidio*”, las producciones discursivas que los acompañan no se alejan de estereotipos sexistas mientras que predomina lo meramente policial y sensacionalista, dejando un velo de sospecha alrededor de las mujeres víctimas y/o sobrevivientes. Asimismo, las informaciones que ocupan la agenda de la prensa se refieren, comúnmente, a la violencia física y/o sexual lo cual oculta las diversas modalidades y manifestaciones de una violencia histórica.

En definitiva, los nuevos marcos legales, las acciones militantes y comprometidas han permitido que situaciones confinadas al ámbito privado del hogar cobren la visibilidad necesaria y se les reconozca el aspecto político. Ahora bien, esta mayor visibilidad puede resultar alarmante en tanto que el enfoque adoptado y los discursos producidos por la prensa argentina re-naturalicen el problema.

Para introducir

Este trabajo se enmarca en la conocida preocupación sostenida sobre el rol de los medios tradicionales de comunicación en la conformación de modelos, visiones de mundo, difusión de normas y valores en relación a las mujeres, sus temas y problemas, haciendo foco en la violencia de género.

En primer lugar diremos que ubicamos a los medios de comunicación, específicamente a la prensa, en ese conjunto de instituciones de superestructurales que operan y trabajan con material simbólico construyendo sentidos sociales y/o en términos gramscianos, sentido común.

Entendemos que los medios son actores sociales, políticos y económicos que vehiculizan ideologías y que tienen específicos intereses en este sentido (Gil, 2012). En relación a lo dicho, la comunicóloga Meliant Herrera sostiene que “el papel de los medios de comunicación social en la sociedad capitalista actual, está enfocado en crear y afianzar de forma continua, la ideología y conducta de consumo en el espectador, aspecto que favorece a los que tienen hegemonía económica” (2004).

Por tanto, es importante considerar que se trata de empresas que se encuentran en un orden económico mayor y que su surgimiento se debe a la existencia de poderosos sectores económicos. Asimismo, el poder de las empresas de la información radica, no sólo en el juego económico sino también, en el simbólico y en la construcción de sentidos en la sociedad.

Dicen las autoras Martini y Luchessi que “los relatos que publican los medios están atravesados por intereses empresariales, políticos y personales y por diversas representaciones sociales” (2004, p. 55). De igual forma, afirman que existe una naturalización en los medios de las propias visiones que se presentan al conjunto social como universales.

La prensa jerarquiza temas y oculta otros. Los modos de presentar las informaciones, los enfoques adoptados, las fuentes consultadas, el uso del lenguaje, las

producciones discursivas en general, dan cuenta de determinados posicionamientos que, en muchos casos, no son azarosos sino que, por el contrario, responden a patrones ideológicos mayores. Tal como sostiene Valentín Voloshinov, la palabra es un signo ideológico estructurado socialmente y llega a ser “arena de lucha de clases” (2009, p. 47). Para el autor, la disputa por el poder sucede en el campo del sentido social. “La clase dominante busca adjudicar al signo ideológico un carácter “eterno” por encima de las clases sociales, busca convertirlo en un signo “monoacentual” (2009, p. 48).

Por otro lado, focalizamos en la violencia de género dado que tiene importantes consecuencias políticas, sociales, económicas y sanitarias que involucran a toda la sociedad. Hasta no hace muchos años, esta violencia no era considerada una problemática social compleja sino sólo una cuestión privada, invisible, natural e individual entre un torturador y su prisionera. Cuando hablamos de violencia de género nos referimos a una histórica violencia contra las mujeres propia del patriarcado². La violencia basada en el género permite vislumbrar la desigualdad en la distribución de poder entre varones y mujeres que refuerza la subordinación social de las mujeres y las convierte en destinatarias de distintas violencias estructurales.

Para profundizar lo dicho, la antropóloga Rita Segato vislumbra que esta violencia de la que hablamos no es un arrebato sin sentido, sino que conlleva un fin disciplinador y vengador contra las mujeres. Es un acto que busca castigar a aquellas que se rebelan contra el orden patriarcal. Según la autora, resulta un “crimen moralizador, aunque ilegal” (2003, p. 139) y es una manifestación de las estructuras de dominación masculinas que necesitan de ella para mantenerse. Por eso, relacionar la violencia de género sólo con

²Heidi Hartman (1986) define al patriarcado como “un conjunto de relaciones sociales que tiene una base material y en la cual hay relaciones jerárquicas entre los hombres y solidaridad entre ellos, lo que les permite dominar a las mujeres. La base material del patriarcado es el control de los hombres sobre las mujeres, en la esfera de la producción, negando el acceso a las mujeres a los recursos productivos económicamente necesarios y restringiendo su sexualidad”.

una relación enferma entre un varón y una mujer, es aislarla de su marco de sentido quitándole el componente político a la situación personal.

No es sino gracias a la lucha de los movimientos de mujeres y feministas que esta problemática dejó los confines del ámbito privado del hogar para penetrar en las agendas públicas y políticas. Por todo, la violencia contra las mujeres debe ser abordada también desde la perspectiva de los Derechos Humanos.

Marco legal. De mujeres y medios

Podemos señalar como momento significativo la Conferencia Mundial de Derechos Humanos realizada en Viena en el año 1993, en la cual las mujeres tomaron como base la propia experiencia para irrumpir en la división impuesta entre lo público y lo privado dando como resultado el reconocimiento de todas las formas de violencia de género como una violación a los Derechos Humanos.

Dentro de todos los marcos legales internacionales y a los fines del presente trabajo, es destacable el Informe elaborado en la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer (Plataforma de Beijing, 1995). Además de dedicarse a la violencia contra la mujer, consideró a los medios de comunicación como una de las doce áreas prioritarias para lograr la paridad entre los géneros. Específicamente la Sección J se refiere con claridad a la importancia de atender a los discursos acerca de las mujeres en los medios de comunicación y hace especial mención a la necesidad de suprimir las imágenes que degradan, desde distintos puntos de vista, a las mujeres. No obstante, los avances han sido escasos.

Por ejemplo, entre las conclusiones del monitoreo global de medios de la WACC³, en septiembre de 2010, se señala que se siguen construyendo noticias donde los varones

³WACC, por sus siglas en inglés: Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana.

superan en número a las mujeres; las mujeres permanecen en la categoría de personas “ordinarias”, mientras que los hombres son ubicados como “expertos”; las secciones policiales (crímenes y violaciones) mencionan a mujeres en un 23% mientras que a varones lo hacen en un 9%; el 13% de todas las notas se centra específicamente en las mujeres y 46% refuerza los estereotipos de género.

La realidad en Argentina no dista mucho de lo expuesto. Frente a los compromisos asumidos en el ámbito internacional y dada la constante lucha de las organizaciones de mujeres, se sancionó la ley 26485 *De Protección Integral para prevenir, sancionar, y erradicar la violencia contra las mujeres*. Entre otros propósitos, busca erradicar la violencia simbólica y mediática, sin embargo, no cuenta con la posibilidad de sancionar a quienes la cometen. Se constituye como una herramienta importante en tanto que llama a las cosas por su nombre y visibiliza estos tipos y modalidades de violencia pero no puede ir más allá. En este sentido, la Ley 26522 de *Servicios de Comunicación Audiovisual* sí tiene la posibilidad de sancionar y/o intervenir frente a construcciones mediáticas sexistas y discriminatorias ya que menciona en distintas partes de su texto la necesidad de la equidad de género y referencia a la ley anteriormente mencionada sobre violencia de género⁴.

En este punto, cabe aclarar que, si bien el espíritu de esta ley es democratizar las frecuencias radioeléctricas entendemos que es un marco legal de fuerte impacto en la

⁴El artículo 71 especifica las leyes que deberán contemplar quienes controlen que los medios no vulneren la nueva Ley: “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 las leyes 23.344, sobre publicidad de tabacos; 24.788 -Ley Nacional de lucha contra el Alcoholismo-; 25.280, por la que se aprueba la Convención Interamericana para la eliminación de todas las formas de discriminación contra las personas con discapacidad; 25.926, sobre pautas para la difusión de temas vinculados con la salud; 26.485 – Ley de protección integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales -; y 26.061, sobre protección integral de los derechos de las niñas, niños y adolescentes así como de sus normas complementarias y/o modificatorias y de las normas que se dicten para la protección de la salud y de protección ante conductas discriminatorias”.

concepción global de la comunicación, el periodismo y la información. En un orden comunicacional monopolizado y espectacularmente concentrado, los diarios forman parte de grupos de medios de mayor envergadura y/o de otros tipos de empresas, por tanto, es todo el mundo mediático el que se ve movilizado.

Retomando, aún en este contexto de leyes, la cuestión de las mujeres en los medios, no ha cambiado significativamente. Es más, como veremos, los medios tradicionales y la prensa continúan reproduciendo estereotipos mientras que sus producciones discursivas refuerzan el orden desigual de género.

En este sentido y en relación a la violencia de género/feminicidios, Gabriela Barcaglioni sostiene que “al reparar en el discurso mediático sobre violencia extrema contra las mujeres aparece una trama que enhebra los hilos de la cultura patriarcal” (2010, p. 143). Según la autora, pocas veces es abordada como una estrategia de control de la sociedad patriarcal de la que hacen uso, en mayor o menor medida, buena parte de los individuos varones, como tampoco desde una perspectiva de Derechos Humanos.

Por el contrario, las noticias son publicadas en tono policial, descontextualizando las situaciones de las tramas históricas y del sistema de valores que les dan sentido. Asimismo, la simplificación y la práctica común del periodismo de dicotomizar y comunicar “las dos campanas”, no hace más que contribuir al mantenimiento del *status quo* patriarcal.

En consonancia con el trabajo de Barcaglioni, el informe del Observatorio de Medios del Equipo Latinoamericano de Justicia y Género (ELA), que monitoreó 1371 piezas periodísticas que cubrieron el tema violencia contra las mujeres en 14 medios gráficos nacionales y locales durante el primer semestre de 2011, determinó que si bien la violencia ocupa un lugar en los medios “el tema se mantiene con una ausencia sistemática del enfoque de derechos y su impacto en la sociedad”.

Dice el informe que cerca de la mitad de las notas sobre violencia contra las mujeres fueron publicadas en la sección policial, la mayoría de las noticias se

correspondieron con violencia sexual, un alto porcentaje de las notas adquirió enfoques masculinos, un 54% de las piezas se basó sólo en el acontecimiento y, en general, no se mencionó la vulneración a un Derecho Humano.

Visibilización. Redes de periodistas y agenda de género

La articulación entre el movimiento de mujeres y periodistas y comunicadoras/es con sensibilidad de género, ha sido crucial para la instalación en la agenda pública y mediática de determinados temas que otrora quedaban excluidos de lo “importante” o “noticioso”.

Entre las redes existentes a nivel mundial y latinoamericano, nos interesa destacar aquí a la red argentina PAR (Periodistas de Argentina en Red por una Comunicación no Sexista) que trabaja por la erradicación de cualquier tipo de violencia de género, por la visibilización de la condición social de las mujeres y por la igualdad de oportunidades entre varones y mujeres. Asimismo, para incidir en la agenda periodística de los medios de comunicación, PAR articula con otras organizaciones de la sociedad civil, con los movimientos de mujeres y con las redes feministas locales, nacionales e internacionales. Ha elaborado decálogos para el tratamiento periodístico de determinadas temáticas, lleva a cabo foros, debates y discusiones en distintos ámbitos, capacitaciones constantes, entre otras acciones.

Entre los años 2008 y 2009, se elaboró la Agenda Mediática de Género con el fin de establecer un puente entre comunicadoras/es con enfoque de género y organizaciones que promueven los Derechos Humanos de las mujeres y de género. En este sentido, los temas de esta agenda prioritaria, porque en ellos se va la vida de las mujeres, fueron/son los derechos sexuales y reproductivos, la trata de mujeres y niñas con fines de explotación sexual y la violencia de género, comprendida en todas sus modalidades y tipos alcanzados en la ley nacional.

Una mirada por los medios argentinos tradicionales en general, y por la prensa en particular, nos muestra rápidamente que la instalación de estos temas propuestos por la agenda feminista en alianza con las redes de periodistas, fue lograda. En los últimos años han ingresado a la agenda de los medios como nunca antes lo habían hecho. Las estrategias, alianzas y esfuerzos resultaron fructíferos en cuanto a que cobraron visibilidad y existencia temas y problemáticas siempre ninguneadas por los grandes medios.

Ahora bien, de lo que se trata es de analizar ¿Qué producciones discursivas construye la prensa argentina, una vez que toma en sus agendas temáticas a la violencia de género? ¿Qué sentidos comunes y sociales colabora a reforzar con tales producciones? ¿Refuerza o transforma el mundo simbólico que acompaña y legitima las relaciones desiguales entre los géneros?

De Clarín y La Nación. Ejemplos

Un reciente relevamiento arroja que el diario *Clarín*, el matutino de mayor tirada nacional y uno de los multimedios actuales más grandes y concentrados, ha publicado alrededor de 18 noticias, entre los meses de marzo y abril de 2013, bajo la etiqueta “violencia de género” mientras que, el diario *La Nación*, identificado con los valores más tradicionales y conservadores de los sectores dominantes en Argentina, publicó alrededor de 7 títulos, en el mismo período, bajo la misma etiqueta.

Para focalizar en el tratamiento y producción discursiva que *Clarín*⁵ realiza sobre la temática, tomamos los siguientes ejemplos: el 26 de marzo del corriente año, informó: “Rosario: *discutió con su mujer y la mató de un escopetazo*”. La nota es de muy corta

⁵Las notas pueden consultarse en: http://www.clarin.com/sociedad/Rosario-violencia_de_genero-mujer_asesinada_0_889711187.html, http://www.clarin.com/sociedad/agente-penitenciario-hirio-punaladas-pareja_0_903509894.html

extensión, sólo hace referencia al acontecimiento del asesinato dando detalles sobre el arma utilizada como así también ahondando en datos sensacionalistas como *“le efectuó un disparo que le fracturó la clavícula y le dio en una arteria, por lo que la mujer murió en el acto”*. Asimismo se toma como única fuente a la policía.

El 18 de abril del mismo año tituló *“Un ex agente penitenciario hirió de 10 puñaladas a su ex pareja”*. Bajo la volanta *“violencia de género”* se desarrolla una nota de corta extensión que focaliza en que el agresor *“quería reanudar la relación”*. También, se detiene en datos sensacionalistas propios del género policial, fuente única consultada, como: *“se abalanzó sobre la mujer y le dio diez puñaladas: en el abdomen, cuello, espalda y brazos”*.

Por su parte, *La Nación*⁶ publicó el 2 de abril de este año el título *“Tres mujeres fueron quemadas en Santa Fe”*. Es una nota de muy corta extensión, sobre todo teniendo en cuenta que se refiere a tres situaciones distintas. Utiliza la volanta *“violencia de género”*, sólo refiere los datos de las mujeres víctimas y de los varones agresores, la única fuente es policial y en uno de los casos marca: *“por causas que los investigadores tratan de aclarar recibió quemaduras”*.

Finalmente, el 18 de abril de 2013, bajo la volanta *“violencia de género”* y el subtítulo *“Femicidio”*, este diario publicó: *“Una mujer murió tras sufrir una paliza en Lomas de Zamora”*. Esta es una noticia de extensión media que sólo tiene como fuente la policial. Se refiere a los acontecimientos específicos, sugiere antecedentes penales del varón agresor y detalla la muerte de la mujer en cuestión: *“Las fuentes detallaron que*

⁶Las notas pueden consultarse en <http://www.lanacion.com.ar/1573769-una-mujer-murio-tras-sufrir-una-paliza-en-lomas-de-zamora>, <http://www.lanacion.com.ar/1568790-tres-mujeres-fueron-quemadas-en-santa-fe>

Márquez presentaba un leve corte en el cuello -que no le provocó la muerte- y fuertes golpes en la cabeza, que le ocasionaron lesiones irreversibles en el cráneo. "O la tomó de los hombros y la golpeó contra la pared o la sujetó de los hombros y le dio la cabeza contra algún mueble", estimó un jefe policial".

De lo expuesto se desprende que, estos dos diarios de alcance nacional, toman en sus agendas periodísticas a la violencia de género. Es más, etiquetan y colocan en sus volantas y subtítulos los términos "violencia de género", "femicidio", una de las tantas recomendaciones que encontramos en decálogos y guías para tratar estos temas en la prensa, elaborados por redes como PAR en conjunto con el movimiento de mujeres, feminista.

Sin embargo, la producción discursiva que rodea a estos términos nos hace concluir en que sólo están ahí puestos como recursos que les permiten presentarse como políticamente correctos sin modificar ni transformar los sentidos que circulan en torno a la violencia contra las mujeres en la sociedad. En las notas elegidas como muestra, las construcciones discursivas no disputan en absoluto sentido con aquellas propias del sistema patriarcal que legitima y naturaliza la violencia de género. No hay referencia a los Derechos Humanos, ni a la mirada de género, ni a las relaciones estructurales desiguales de poder que aún perduran en la sociedad. No hay fuentes especializadas, ni datos informativos sobre qué hacer en caso de violencias. Predomina el amarillismo y el sensacionalismo propio del enfoque policial, dando detalles sobre las condiciones y formas de muerte.

No obstante esto, la gravedad radica en que la constante publicación de noticias, es decir, la hipervisibilización de la violencia contra las mujeres, desde este tipo de enfoques, provoca la re-naturalización de muertes de mujeres por causas evitables.

Para concluir

En relación al tratamiento y a las producciones discursivas que encontramos en la prensa argentina respecto a la violencia de género, estamos en una encrucijada.

Sin duda es importante destacar que, gracias a las alianzas y el incansable trabajo del movimiento de mujeres y de periodistas comprometidas/os con una comunicación no sexista, teniendo como gran marco el informe de Beijing mencionado y también, las leyes nacionales que en los últimos años Argentina sancionó, los temas prioritarios, los siempre ocultados, aquellas situaciones históricas y estructurales propias del patriarcado, han encontrado visibilidad y un lugar en las agendas de los grandes medios de comunicación para quienes, no hace muchos años, simplemente estos temas no eran noticia.

El punto nodal hoy, es atender a qué es lo que pasa con los discursos que se construyen una vez que temas como la violencia contra las mujeres, ocupan un espacio en el ámbito mediático.

Como actores sociales, políticos, ideológicos y económicos que son los medios, las producciones que constatamos en ellos, responden a esos intereses, al menos, en alguna medida. Bajo la lógica capitalista y mercantilista, el objetivo es vender, por ello la apelación al sensacionalismo y/o detalles hasta morbosos en consonancia con que, la mayoría de las noticias que publican, sólo tienen que ver con asesinatos de mujeres, violencia sexual y/o física. Los demás tipos y formas de violencia por las que todas las mujeres transitamos en la vida cotidiana, no aparecen. No venden.

Por otro lado, en muchos casos, es una decisión no incorporar voces especializadas y/o del movimiento de mujeres, feminista como fuentes y voces autorizadas para informar sobre violencia de género. Esto se relaciona con los enfoques que adquieren estas informaciones y que, por tanto, terminan reforzando las estructuras que sustentan, provocan y se benefician de la violencia contra las mujeres. En este

sentido, las producciones discursivas de la prensa en relación a este tema se conforma como violencia simbólica y mediática. La violencia es abordada desde la violencia.

Sin duda el trabajo de redes como PAR es por demás valioso para continuar desandando el camino de la desigualdad en los medios de comunicación e incorporar la perspectiva de género en sus producciones. La tarea de disputa de sentido debe ser constante y cotidiana para que los logros no se pierdan entre las estructuras del poder, no sean resignificados desde la dominación y utilizados para perpetuar la subordinación de las mujeres.

Bibliografía

Barcaglioni, G. (2010). Los Feminicidios en los medios de comunicación. En S. Chaer y S. Santoro (comps.). *Las palabras tienen sexo II- Herramientas para un periodismo de género* (pp. 143-162). Buenos Aires: Artemisa Comunicación.

Ela. (2011). *Las mujeres en los medios. Análisis de las noticias sobre violencia contra las mujeres publicadas en medios gráficos de Argentina durante el primer semestre de 2011*. Observatorio de Medios ELA. Recuperado de http://www.ela.org.ar/a2/index.cfm?fuseaction=MUESTRA&codcontenido=721&plc_ontempl=6&aplicacion=app187&cnl=14&opc=9&cnl14=2

Gil, A.S. (noviembre, 2012). La violencia de género en los medios de comunicación. Construcciones de sentido. En *III Jornadas Internacionales de Problemas Latinoamericanos. Movimientos Sociales, Estados y Partidos Políticos en América Latina: (Re) configuraciones institucionales, experiencias de organización y resistencia*. Mendoza, Argentina: Universidad Nacional de Cuyo.

Hartman, H. (1986). El infeliz matrimonio entre marxismo y feminismo: hacia una unión más progresista. En *Cuadernos de la Mujer*, nº 1 (pp.1-50). Quito: CEPLAES.

Herrera, M. (2004). Los medios de comunicación social en la sociedad capitalista actual. *Razón y Palabra*, 38. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n38/mherrera.html>

Martini, S. y Luchessi, L. (2004). *Los que hacen la noticia. Periodismo, Información y Poder*. Buenos Aires: Biblos.

Segato, R. (2003). *Las estructuras elementales de la violencia. Ensayos sobre género entre la antropología, el psicoanálisis y los derechos humanos*. Buenos Aires: Prometeo-UNQ.

Voloshinov, V. (2009). *El Marxismo y la filosofía del lenguaje*. Buenos Aires: Godot.

WACC. (septiembre, 2010). *Proyecto monitoreo global de medios 2010. ¿Quién figura en las noticias?* Recuperado de <http://www.ossyr.org.ar/pdf/bibliografia/116.pdf>