

Equidad de géneros en medios:

desafíos de un nuevo paradigma comunicacional



FRIEDRICH
EBERT
STIFTUNG
ARGENTINA

Red Federal por
la Ley de Equidad
en Medios

COMUNICACION
PARA LA IGUALDAD

Ramírez Barahona, Paola

Equidad de géneros en medios : desafíos de un nuevo paradigma comunicacional / Paola Ramírez Barahona ; contribuciones de Florencia Alcaraz ... [et al.]. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Comunicación para la Igualdad Ediciones, 2023.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-47897-5-4

1. Comunicación. 2. Periodismo. 3. Estudios de Género. I. Alcaraz, Florencia, colab. II. Título.

CDD 302.2308

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Marzo 2023.

Coordinación y Compilación

Paola Ramírez Barahona

Diseño y Maquetación

Eugenio Perregrini

Edición

Asociación Civil Comunicación para la Igualdad y Red Federal por la Ley de Equidad en Medios

Impresión

Este libro fue impreso en marzo de 2023 en Imprenta Dorrego S.R.L., Guevara 15, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina

Este trabajo fue realizado con apoyo de la Friedrich-Ebert-Stiftung en Argentina y del proyecto FES Comunicación.

Índice

1. Introducción	6
Paola Ramírez Barahona (Comunicación para la Igualdad)	
2. Ninguna ley se hace en soledad: una historia de los orígenes de la Ley de Equidad de Géneros en Medios de Comunicación	12
Florencia Alcaraz y Agustina Frontera (LatFem)	
3. Equidad para terminar con las violencias	20
Bernardina Rosini e Inés Hayes (Periodistas Argentinas)	
4. Por una comunicación no sexista, igualitaria e inclusiva en todo el país	25
Red PAR (Periodistas de Argentina en Red por una Comunicación No Sexista)	
5. Nuevos viejos debates: preocupaciones de los medios autogestivos y comunitarios ante la reglamentación de la Ley de Equidad	32
Luciana Lavila, Lucía Maccagno y Natalia Vinelli (Barricada TV)	
6. La Ley 27635 sobre Equidad en la Representación de Géneros en los Servicios de Comunicación y el Diario Perfil	41
Mabel Bianco (Defensora de Género del Diario Perfil)	

7. **Democracia sin equidad de géneros no es democracia**47
Cynthia Ottaviano (Periodista, ex Defensora del
Público de Servicios de Comunicación Audiovisual)
8. **La Ley de Equidad de Géneros en los Medios no está
reglamentada**.....58
Gabriela Pellegrini (Editora de Género y
Diversidades de los Medios Públicos de Chaco)
9. **Pueblos indígenas: recuperando la palabra y el uso de
los medios de comunicación**63
Laura Méndez (Comunicadora Coya Omaguaca)
10. **“La Ley de Equidad de Género será un espacio de
lucha para el trabajo de periodistas travestis, trans y
no binaries”**.....72
Entrevista a Casandra Sandoval (Periodista trans)
11. **Equidad de Géneros en los Medios, alumbramiento
de un nuevo paradigma laboral**.....79
Majo Bernal (SATSAID)
12. **El Sindicato de Prensa de Rosario y la Asociación
de Prensa de Santa Fe por la reglamentación de la
equidad**84
Alicia Simeoni (Sindicato de Prensa de Rosario) y
Cintia Mignone (Asociación de Prensa de Santa Fe)

13. **Ley de Equidad en Medios: los sindicatos son la herramienta para afrontar el desafío de su implementación.....91**
Carla Gaudensi (FATPREN) y Micaela Polak (SiPreBa)
14. **Asignaturas pendientes: hacia la equidad de géneros, la democratización de la palabra y el derecho al trabajo99**
Georgina Sticco (Grow, género y trabajo)
15. **Universidad pública y medios de comunicación: la Ley de Equidad de Género como oportunidad para una pedagogía emancipadora.....108**
Jimena Massa (Universidad Nacional de Córdoba)
16. **Los aportes de la Universidad para la implementación de la Ley de Equidad de Representación de los Géneros en los Medios117**
Larisa Kejval y Dolores Guichandut (Universidad de Buenos Aires)
17. **Equidad en los medios: un reclamo de las audiencias. El rol de la Defensoría del Público.....123**
Miriam Lewin y Alejandra Iriarte (Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual)

1. Introducción

Por Paola Ramírez Barahona (Comunicación para la Igualdad)

¿Podrá la Ley de Equidad de Géneros en los Medios remover las estructuras sexistas, masculinizadas y patriarcales del periodismo y de la industria de la comunicación argentina? Los diversos sectores que impulsamos su sanción, principalmente medios de comunicación, organizaciones de la sociedad civil, redes de profesionales, editoras de género, sindicatos, universidades y otras instituciones públicas comprometidas con la perspectiva de género y los derechos humanos, mantenemos viva la llama de nuestro activismo porque conocemos la respuesta: hecha la ley, luego todo depende de su reglamentación.

Y la ley se hizo. En junio de 2021. Se hizo impulsada por décadas de experiencias de desigualdades, exclusiones y violencias hacia mujeres y diversidades de este ámbito profesional; e inspirada por el horizonte de un mundo laboral más justo, más empático, más respetuoso. Se hizo con el objetivo de saldar brechas salariales, de derribar paredes y techos de cristal, de mejorar el oficio y los contenidos incluyendo miradas y voces de colegas trans, travestis, no binaries, indígenas, afrodescendientes, representantes de las diversas regiones y culturas de nuestro país. La noción de paridad de género que planteaban los tres proyectos que dieron nacimiento a esta ley, fue discutida y enriquecida a lo largo de una serie de debates plurales y federales, hasta dar paso al concepto de equidad, ampliamente superador puesto que permite sumar el enfoque interseccional a la perspectiva de género.

Lo que no se hizo aún, a casi dos años de la promulgación de la *Ley 27635 de Equidad en la Representación de los Géneros en los Servicios de Comunicación*

–tal es su título completo–, es producir esa necesaria reglamentación que habilita su aplicación real y que, según el texto mismo de la ley, el Poder Ejecutivo procedería a elaborar “*en el plazo de noventa (90) días a partir de la entrada en vigencia*”.

Atentas a esta dilación y a la ausencia de novedades o precisiones de la reglamentación que interesan a distintos actores y actoras de la comunicación, en agosto de 2022 desde Comunicación para la Igualdad convocamos a organizaciones aliadas y junto a ellas creamos la *Red Federal por la Ley de Equidad de Género en los Medios*¹. Actualmente la Red reúne a más de 80 organizaciones –también periodistas y comunicadores y comunicadoras independientes– de todo el país, con el fin de promover la reglamentación y, posteriormente, acompañar su implementación y seguimiento. Desde septiembre de 2022 hemos mantenido reuniones con funcionarias y funcionarios del Estado nacional, realizamos foros y encuentros de información y debate, publicamos notas de prensa y campañas en redes sociales, con el objeto de impulsar la concreción de esta política pública que consideramos de central importancia para la comunicación, el periodismo y las agendas de derechos humanos y géneros.

En esa línea, este libro recoge las historias e inquietudes de los diversos sectores que componen la Red Federal por la Ley de Equidad de Género en los Medios, que participaron de la creación de la ley y que integran los espacios en los que ésta se aplicará. Periodistas Argentinas y LatFem, dos organizaciones clave en el activismo legislativo sobre el proyecto unificado que dio luz a la ley tal cual la conocemos hoy, relatan sus experiencias. Redes de periodistas, organizaciones de la sociedad civil, medios de comunicación²,

1 Más información en: <https://comunicarigualdad.com.ar/red-federal-por-la-ley-de-equidad-en-medios/> (Acceso: 17/02/2023).

2 Distintas empresas de medios privados fueron invitadas a participar de esta iniciativa. Diario Perfil es el único medio que aceptó la propuesta y se incluyó un capítulo a cargo de la Defensora de Género de dicho medio. El resto declinó informalmente la propuesta o no respondió a la nota formal de invitación.

sindicatos, carreras de Comunicación de universidades nacionales, periodistas trans y originarias, periodistas de larga trayectoria en medios privados y públicos, que participaron activamente del trabajo por la ley, aportan a este libro sus análisis y perspectivas. La Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, organismo que acompañó la normativa en todo su proceso, comparte la mirada desde las audiencias, contribución fundamental para conocer también qué espera de esta ley el público de los medios de comunicación de Argentina.

Antes de dar paso a los capítulos del libro, consideramos importante plantear algunas cuestiones al respecto de la ley y su reglamentación. En primer lugar, mencionar la campaña en contra de la ley, promovida por ciertos sectores mediáticos y políticos durante los días en que se discutía su aprobación en el Congreso Nacional. Durante el debate en el recinto el 10 de junio de 2021, se argumentó que se trataba de una ley de censura indirecta, que habilitaba la distribución discrecional de pauta oficial y que, por ende, afectaría el derecho a la libertad de expresión. El mismo día de la sesión, en horas de la tarde, legisladores y legisladoras habían recibido un mail de la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas (ADEPA) y otras asociaciones, expresándose enérgicamente en contra del artículo 8 sobre el sistema de preferencia en pauta publicitaria³. Por otro lado, se dijo también que

3 El correo electrónico expresaba: *“Entendemos que el artículo en cuestión resulta contradictorio con los principios del Sistema Interamericano de Derechos Humanos, en particular con lo establecido en 2012 por el documento ‘Principios sobre regulación de la publicidad oficial y libertad de expresión’. (...) Creemos, en consecuencia, que tal criterio (...) abriría la puerta a que en el futuro se pretenda asociar la distribución de la misma a criterios subjetivos que pueden implicar una intromisión en los medios o sus contenidos”*. Similares argumentos aparecen en los “Fundamentos de la disidencia parcial de las/os señoras/es diputadas/os Lospennato, Banfi, Lena, Berhongaray, Ascarate, Austin, Cáceres A., Carrizo A. C., Crescimbeni, Ferraro, Frigerio, Frizza, Lacoste, Martínez Dolores, Mendoza, Najul y Torello” en el Dictamen de Comisiones del 8 de octubre de 2020: *“Manifestamos que cualquier criterio o mecanismo de distribución de la publicidad oficial no puede ni debe ser planteado en una ley que busca garantizar la paridad de género en los medios de comunicación, toda vez que podría generar conflictos entre dos derechos”*. Disponible en: <https://www4.hcdn.gob.ar/dependencias/dcomisiones/periodo-138/138-270.pdf> (Acceso: 17/02/2023).

la ley provocaría despidos de colegas varones para que sus puestos fuesen ocupados por mujeres y disidencias. Nada más inexacto. La Ley de Equidad es obligatoria solo para los medios estatales; para los privados propone un sistema de promoción a fin de incentivar su adhesión: si cumplen requisitos mínimos de avances en equidad en el plazo de un año, se les concede preferencia en la asignación de publicidad oficial. Sobre los supuestos despidos, existe una cláusula de gradualidad donde expresamente se establece que, para garantizar la equidad, los puestos de trabajo –nuevamente se aclara que de medios públicos– *“serán cubiertos de manera progresiva atendiendo a las vacantes que se produzcan”* y que *“en ningún caso se afectarán los cargos originados ni los concursos convocados con anterioridad”* a la ley.

¿Por qué abordamos este punto? Para dejar en claro que, muy por el contrario de esas falacias instaladas que circulan incluso hasta la fecha, la Ley de Equidad en Medios se inscribe de lleno en la genealogía de los tratados y declaraciones internacionales sobre derechos humanos de mujeres y disidencias a los que Argentina adhiere⁴, que se trata de una ley que fortalece la democratización de los medios y que en ningún sentido afecta negativamente derechos de otros grupos de personas u organizaciones. Particularmente con relación a la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing⁵ –la primera en el plano internacional en abordar la perspectiva de género en relación a los medios de comunicación–, la Ley de Equidad responde a sus principales objetivos estratégicos: promover el acceso de las mujeres a los medios de comunicación y fomentar imágenes no estereotipadas de las mismas, es decir, estimular la producción de contenidos no sexistas, equi-

4 La Convención sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer de 1979 (CEDAW, por su sigla en inglés), la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer de 1994 (Belém do Pará), la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing de 1995 (PAB) y los Principios de Yogyakarta sobre la legislación internacional de derechos humanos con relación a la orientación sexual y la identidad de género, de 2007.

5 Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer (1995). *Declaración y Plataforma de Acción de Beijing*. Pp. 171-177. Disponible en: <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/Publicaciones/2015/9853.pdf> (Acceso: 17/02/2023).

tativos, diversos. La ley es, en todo sentido, una medida de acción positiva para acelerar la equidad.

Retomando entonces la discusión por la asignación de pauta oficial que preocupa especialmente a medios privados y algunos grupos políticos identificados con la oposición al actual gobierno, recordamos que de acuerdo al artículo 75 de la Constitución Nacional, es atribución del Congreso “*legislar y promover medidas de acción positiva que garanticen la igualdad real de oportunidades y de trato, y el pleno goce y ejercicio de los derechos reconocidos por esta Constitución y por los tratados internacionales vigentes sobre derechos humanos*”. En ese mismo sentido la CEDAW ya advertía, en 1979, que este tipo de medidas especiales de acción positiva encaminadas a acelerar la igualdad de hecho entre varones y mujeres, de ningún modo pueden ser consideradas discriminatorias⁶.

En segundo término, nos interesa destacar la importancia del seguimiento y monitoreo en relación al cumplimiento de la ley. Para su aplicación la ley tendrá una autoridad designada por el Poder Ejecutivo. Creemos que para acompañar la implementación, y atendiendo a lo previsto por el artículo 12 inciso j), es fundamental la creación de un consejo asesor conformado por organizaciones de la sociedad civil expertas en comunicación y género, por medios, sindicatos, universidades, redes de profesionales, entre otros actores. Consideramos esencial que los sectores que vienen trabajando por la equidad y la inclusión en los medios puedan ser garantes del cumplimiento de esta norma. Los roles de acompañamiento y contralor que pueden adoptar las organizaciones no gubernamentales, los medios de información y también el sector privado, para colaborar “*con los mecanismos nacionales encargados de la promoción de la mujer*” y de las personas de diversas orientaciones sexuales o identidades de género, son reconocidos y recomendados

6 *Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer*. Artículo 4. Disponible en: <https://www.ohchr.org/es/instruments-mechanisms/instruments/convention-elimination-all-forms-discrimination-against-women> (Acceso: 17/02/2023).

por la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing y por los Principios de Yogyakarta⁷.

Las páginas que siguen recopilan las experiencias del camino recorrido hasta ahora por esos sectores, de los que somos parte. Pero fundamentalmente sintetizan nuestras miradas hacia el futuro, hacia ese mundo laboral equitativo y justo que queremos habitar, hacia esos contenidos representativos y diversos que necesitamos producir. Y para eso contamos en primera persona todo lo que hicimos por esta ley y todo lo que ahora esperamos de ella.

Paola Ramírez Barahona *es analista en medios de comunicación, con especialización en publicidad y género. Integra la asociación civil Comunicación para la Igualdad como investigadora y docente.*

Comunicación para la Igualdad *es una organización experta en comunicación, género, derechos humanos y políticas. Sus trabajos en capacitación, investigación e incidencia son reconocidos a nivel internacional.*

7 Principios de Yogyakarta (2007). *Principios sobre la aplicación de la legislación internacional de derechos humanos en relación con la orientación sexual y la identidad de género*. P. 36. Disponible en: http://yogyakartaprinciples.org/wp-content/uploads/2016/08/principles_sp.pdf (Acceso: 17/02/2023).

2. Ninguna ley se hace en soledad: una historia de los orígenes de la Ley de Equidad de Géneros en Medios de Comunicación

Por María Florencia Alcaraz y Agustina P. Frontera (Co-directoras de LatFem)

Ninguna lamparita se enciende en soledad

El trayecto de esta iniciativa tiene decenas de bifurcaciones. Para contar su historia hay relatos institucionales y también íntimos que reconstruyen ese recorrido. Además está el momento tan inolvidable como epifánico en el que una compañera dice “¿Y si hacemos una ley?”. Para narrar el surgimiento de la idea, el corrimiento de nuestra imaginación hacia un lugar que no estaba en los planes ni en los deseos, hay que dar cuenta de la intimidad de LatFem. Buscar en los archivos de nuestros grupos de Whatsapp la conversación que fue el puntapié. Nos movía la bronca de reparar una situación injusta. Somos un equipo de profesionales y activistas feministas compuesto por periodistas, comunicadoras, escritoras, investigadoras, fotógrafas, ilustradoras y diseñadoras que trabajamos juntas desde 2017. Pero antes de todo eso somos amigas. Todas trabajamos en medios tradicionales en la previa y durante el proceso en el que empujamos nuestro propio proyecto periodístico que es LatFem. Y casi a diario hacemos catarsis de lo que significa trabajar en los medios tradicionales, el museo

vivo del patriarcado: los desplantes, las subestimaciones, los comentarios sexistas disfrazados de chistes, las narrativas arcaicas y poco representativas de la realidad, estar para la foto pero no en la conducción y hasta el desprecio que se traduce en maltrato.

Una radio en la que trabajaba una de nosotras presentó su nueva programación, la gráfica publicitaria mostraba en varias piezas a las nuevas y viejas figuras. Estaban ellas en las fotos pero ninguna como conductora en el anuncio de los nuevos programas. Era 2019, post Ni Una Menos y estábamos en la cresta de la marea verde, y no se anunciaban conductoras de una importante radio de la capital.

La pregunta que siempre late en el fondo de nuestra forma de intervenir en el campo mediático y cultural es ¿Quién habla? ¿Quién cuenta la historia? ¿Qué voces y qué cuerpos están autorizados a decir? ¿Cómo hacer que seamos más diversas esas voces?

En 2017 la campaña *Faltamos en la radio*, desarrollada por radialistas feministas, abrió la conversación en forma de denuncia. Dos años después, el reclamo se expandió a *Faltamos en los medios*. Esa campaña es un hito en la historia de la Ley de Equidad de Géneros en los Medios y es también un ejemplo de construcción política: surgió de conversaciones en un grupo diverso y federal de comunicadoras feministas, que se había formado para contar el paro internacional feminista. En esa campaña convergieron una gran diversidad de medios, colectivos, representantes de todos los soportes mediáticos y de diversos territorios, una antesala del proceso de construcción del proyecto de ley que se dará en 2020. Antes, toda una genealogía de comunicadoras que lucharon por una comunicación igualitaria y no sexista. Antes también, otras legislaciones de diversos ámbitos: desde la Ley de cupo femenino en ámbitos de representación política, de 1991, hasta la Ley de paridad, de 2018. Las políticas argentinas habían logrado un marco legal para asegurarse su participación en política, ¿pero quiénes daban las noticias de ellas ocupando posiciones de poder? Si ellas pudieron, ¿por qué nosotras no?

Una trayectoria militante de feministas comprometidas con la comunicación y la participación hicieron de caldo de cultivo para que a una de nosotras se le prendiera la lamparita, pero ninguna de estas lamparitas de la osadía política se enciende en soledad. Los medios de comunicación son un reservorio de los viejos valores y, salvo excepciones, no han modificado sus estructuras al ritmo de la revolución social que provocó el movimiento feminista. Tanto en radio, televisión, portales web como periódicos los principales periodistas son varones (cis), las pocas mujeres (30% según varios estudios) que hay ocupan roles secundarios y las personas trans y lesbianas visibles son siempre la excepción. Por eso, que en la radio de nuestra compañera no hubiera mujeres en la programación no sorprendía nada. En esa radio hubo un pequeño revuelo, que desencadenó uno un poco más grande en redes sociales y redacciones. Pusimos el asunto sobre la mesa: no estamos, faltamos. Faltamos en los medios.

La respuesta fue simple: no nos dimos cuenta. Claro, de eso se trata. Un poco en chiste, un poco desafiando las probabilidades surgió la pregunta: ¿Será que hay que construir una normativa para que las empresas de medios *se den cuenta* y tiendan a la paridad de género e incluyan a personas trans por ley como hicieron las políticas y las músicas? ¿Nos da la fuerza? Contábamos, por entonces, con varias aliadas feministas en el Congreso, el vínculo entre las políticas y las periodistas se había fortalecido durante 2018 en la primera discusión por la legalización de la interrupción del embarazo.

Construcción política

Entonces comenzó un camino de construir alianzas, comunicar la idea y elaborar el proyecto. En primer lugar, fue necesario luchar contra muchos prejuicios respecto a las políticas afirmativas, tanto dentro como fuera de los feminismos, tanto por parte de mujeres y diversidades como por parte de varones cis. Hubo que construir conceptualmente que este reclamo no

era “meramente” simbólico y de reconocimiento sino que empujaba también verdaderas transformaciones redistributivas en el campo⁸. Las dificultades de las mujeres, lesbianas y trans en el ámbito laboral de los medios de comunicación son homologables a las realidades de otros rubros, sin embargo, en este espacio tiene especial relevancia por el poder de los medios en la conformación y reproducción de valores y patrones socio-culturales, de ahí la importancia de que haya representatividad y que las mujeres y diversidades simplemente consigamos un trabajo en medios.

Una vez decididas y en alianza con la Diputada Mónica Macha, organizamos tres encuentros federales virtuales con participación de colegas de medios privados, públicos, cooperativos y autogestionados que denominamos Foros, para colocarlos en la genealogía de la discusión de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA). Participaron muchas, muchxs: comunicadoras de radio, TV, web y prensa gráfica; representantes de decenas de ciudades y pueblos de todo el país; delegadas sindicales, funcionarias del Estado nacional y provinciales, representantes de universidades y carreras de Comunicación. Esos encuentros, que sucedieron en pandemia, partían de una premisa muy simple: vamos hacia una ley de representación paritaria y cupo trans en los medios. ¿Qué, cómo, cuándo? Había que discutirlo todo.

Interseccionalidad

En el proceso de los Foros encontramos intervenciones que corrieron el eje del planteo inicial: la paridad en los medios. Si bien ya habíamos trabajado la inclusión del cupo trans, no habíamos aún desafiado el binarismo que encierra el término paridad. Ni habíamos llegado a hacernos preguntas que hoy denominamos “postparitarias”. ¿Qué tipo de mujeres son aquellas que exigimos sean representadas en los medios? ¿Qué tipo de

8 Butler, Judith y Fraser Nancy (2016) *¿De la redistribución al reconocimiento? Dilemas de la justicia en la era «postsocialista»*. Traficantes de sueños.

mujeres son aptas para conducir programas periodísticos? ¿Son marrones, gordas, lesbianas visibles, o mujeres jóvenes, blancas, heterosexuales y de cuerpos estandarizados?

América Latina pasó de 29% de presentadoras en 2000 a 44% en 2015, una reducción de 15 puntos porcentuales en la brecha en 15 años. Pero ¿cómo se conforma ese incremento en la participación? El Global Media Monitoring Project⁹ (GMMP, por sus siglas en inglés) es el mayor estudio internacional de género en los medios de comunicación. Con respecto a las mujeres presentadoras en televisión y a las reporteras, según el último informe de 2021, un 85% y 59% respectivamente se encuentran en el rango de edad entre los 19 y 49 años. Además, después de los 65 años desaparecen las mujeres de los programas periodísticos, tanto como reporteras como presentadoras. Entonces la pregunta es ¿solo pediremos que no haya un déficit en la representación con base en el género o incluiremos otras inequidades históricas, otras discriminaciones tan o más visibles que las basadas en el género?

Pasar de la denuncia a la acción siempre lleva desajustes como este. Si habíamos partido de una apuesta vinculada con la agenda de Beijing¹⁰: aumentar la participación de la mujer, no importa qué tipo de mujer, los feminismos impusieron otra agenda. El Foro consensuó que era imprescindible en una ley feminista considerar las barreras de clase, de raza, de edad, de ubicación geográfica, de corporalidades como otros sesgos excluyentes, pero ¿cómo era posible pasar a la letra de la Ley un incentivo a la

9 Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC, por sus siglas en inglés). (2020). *Proyecto de Monitoreo Mundial de Medios, América Latina, Informe regional “¿Quién figura en las noticias?”*. Disponible en: <https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/07/America-Latina-informe-GMMP-rev.pdf> (Acceso: 01/02/2023).

10 Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer de Beijing (1995). Cuando en 1995 se redactó la *Declaración y la Plataforma de Acción de Beijing* en la 4ta Conferencia Internacional de la mujer, se establecieron dos objetivos: J. 1 Aumentar el acceso de la mujer y su participación y J. 2 Fomentar una imagen no estereotipada de la mujer.

participación de personas racializadas, diversidades corporales y etarias, etc? ¿Cómo hacer para que todo eso pueda leerse dentro de una ley de “paridad de género en los medios”? Un equipo de LatFem, aliadas de diversas áreas y el grupo de asesores de la Diputada Macha escribimos un proyecto de ley sumamente ambicioso, que incorporaba la dimensión racial y de clase, que refería a las diversas inequidades que atravesamos que impiden a las grandes mayorías algo tan sencillo como ser “elegible” para trabajar en un medio de comunicación, más allá de la formación y la práctica laboral.

Del proyecto a la Ley

Durante 2020 se presentaron tres proyectos similares en el Congreso. Para nosotras, en LatFem, que empujamos la iniciativa con nuestros modos aprendidos en las asambleas y la autogestión, encontrarnos con compañeras y compañeros de ámbitos muy diferentes, con otras trayectorias políticas y periodísticas, con otras formas de vida, que pensaron al mismo tiempo que nosotras en la urgencia y la oportunidad de crear una ley que volviera a poner a los medios, ese museo del patriarcado, en el ojo de la tormenta, y que lo hicieran con preguntas feministas (aun sin ser feministas muchxs de ellxs), fue una sorpresa y el signo de un acierto. No estábamos solas, nadie hace una ley en soledad.

El proyecto que finalmente se votó contiene algunos de los puntos trabajados en los encuentros o foros federales de comunicadorxs feministas que se desarrollaron de forma virtual entre junio y agosto de 2020, principalmente la inclusión del cupo trans y la aplicación de la normativa no sólo a medios públicos, sino también a privados. Pero desconoce otros, vinculados al fomento de la participación de personas indígenas y racializadas, una mención que hubiera sido vanguardista para un proyecto focalizado en género.

No serán todas feministas las personas que ingresen a los medios gracias a las puertas que abre esta ley, como no fueron todas feministas quie-

nes accedieron al voto en 1947, pero una acción de este tipo es de por sí feminista, porque repara una desigualdad histórica en el acceso a la voz pública. La pandemia por COVID fue un período excepcional, en el que los medios de comunicación renovaron su relevancia y se convirtieron en el escenario para propiciar una transformación buscada y deseada por colectivos y organizaciones de comunicadoras desde hace decenas de años. En ocasiones, las demandas de la calle, las nuevas legislaciones y las transformaciones sociales confluyen en un camino antes impensado, es un destello de oportunidad que hay que cuidar y hacer valer. En 2023 se cumplirán dos años de la sanción y todavía estamos esperando su reglamentación.

Según el último análisis de 2021 de GMMP¹¹, si todo sigue igual, se necesitarán al menos 67 años más para cerrar la brecha promedio de igualdad de género en los medios de comunicación tradicionales a nivel mundial. Nos propusimos no esperar sentadas 67 años a que eso sucediera.

Agustina P. Frontera es periodista y escritora. Es licenciada en Ciencias de la Comunicación (UBA), magister en Periodismo Documental (UNTREF). Creadora y co-directora de LatFem. Docente de crónica y de estudios de género y cultura. Publicó libros de ficción, ensayo, poesía y crónica. Dirigió documentales y condujo microprogramas audiovisuales. Recibió el Premio Lola Mora en 2019 y la beca de Periodismo de soluciones de la Fundación Gabo en 2020.

11 Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC). (2021). *6to Proyecto de Monitoreo Global de Medios, Principales hallazgos*. Disponible en: https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/07/GMMP-2020.Highlights.spa_.FINAL_.pdf (Acceso: 01/02/2023).

María Florencia Alcaraz es periodista feminista y licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional de La Matanza. Es una de las directoras y fundadoras de LatFem. Colaboró con distintos medios digitales principalmente como periodista de gráfica. También hizo radio. En 2022 co-condujo SIC. periodismo textual, por la Televisión Pública. Es autora de “Que sea ley, la lucha de los feminismos por el aborto legal”, publicado por Editorial Marea.

LatFem es un medio de comunicación feminista nativo digital. Con sede en la Argentina, brinda un servicio de información de acceso gratuito, principalmente enfocado en Latinoamérica y el Caribe desde el 8 de marzo de 2017. Somos un colectivo de profesionales y militantes feministas compuesto por periodistas, comunicadoras, escritoras, investigadorxs, fotógrafas, ilustradoras y diseñadoras. Por su proyección regional, LatFem ha logrado posicionarse como medio feminista único en su tipo. En 2020 LatFem participó del proceso de elaboración de la Ley de Equidad de Géneros en los Medios.

3. Equidad para terminar con las violencias

Por Inés Hayes y Bernardina Rosini (Periodistas Argentinas)

Periodistas Argentinas (PA) nació en 2018 y en ese entonces la lucha por el aborto seguro, legal y gratuito fue una de nuestras principales banderas. Mujeres y diversidades de distintos oficios se fueron autoconvocando en Mu Trinchera Boutique para firmar conjuntamente una carta abierta dirigida a lxs legisladorxs reclamando la legalización del aborto. Y allí nacieron Actrices Argentinas, Músicas Argentinas, Periodistas Argentinas y decenas de comunidades y tribus que reunieron a escritoras, gremialistas, científicas, docentes, bailarinas, afrodescendientes, psicólogas y psicoanalistas, arquitectas, productoras, gestoras culturales, cirqueras, académicas, abogadas, diseñadoras, trabajadoras del Estado y muchas más.

Periodistas Argentinas siguió trabajando en la lucha contra las violencias y lo hizo de diferentes maneras: una de ellas fue a través de las acciones performáticas de Las Criadas, basándose en la serie El cuento de la criada, que tiene su origen en la novela de Margaret Atwood, interviniendo frente al Congreso, Tribunales, Casa de Gobierno, Feria del Libro y la Embajada de Estados Unidos en Argentina, entre otros lugares, en un silencioso y estruendoso reclamo por los derechos de las mujeres. Cuando el evento se realizó en el Parque de la Memoria, fue considerado uno de los hechos más importantes del fotoperiodismo mundial de 2018 por el sitio norteamericano de arte y cultura visual Artsy.net.

Según Claudia Acuña, una de las fundadoras de la colectiva, hay una frase que resume el espíritu del grupo: “no estás sola”. *“Hay grupos organizados en*

Rosario, San Juan, Salta, Tucumán, Córdoba, Bariloche y Tierra del Fuego, y van a seguir apareciendo. Hay que acompañar y contener a las mujeres que están todos los días sufriendo toda clase de presiones. Cada vez que recibimos a una nueva integrante decimos: bienvenida, este es un lugar para apoyarnos. Somos todas diferentes. La diversidad nos hace fuertes, y lo que tenemos en común nos enfoca. No partimos de que tenemos algo en común, sino que lo buscamos. Somos compañeras”.

Inka Von Linden, periodista de Bariloche refuerza: *“PA es una red de contención amorosa que nos ayuda a sentirnos menos solas, tanto en el ejercicio diario de la profesión, como a la hora de defender y tomar conciencia de los derechos que tenemos como trabajadoras”.*

“Hay diferencias entre nosotras, pero a la vez me siento hermanada a las demás. Es eso de la buena leche que nunca viví en la profesión. Yo misma hace unos años no entendía por qué se hablaba de cupo. Pero acá es como que se te quita el antifaz, la venda. De golpe te das cuenta de todo lo que no estábamos viendo. Yo misma me sentí mil veces desplazada, pero no lo entendía como ahora. Es como un grupo de amigas totalmente gratificante, con un potencial enorme sobre todo lo que podemos seguir logrando”, dijo Nancy Pazos, también una de las fundadoras, en relación a la conformación de PA.

A partir de los encuentros, los intercambios y las conversaciones que fueron surgiendo en los espacios de la colectiva, sentimos la necesidad de dar cuenta de algunas cuestiones planteadas y realizamos un relevamiento a través de la *Encuesta sobre Violencia y Machismo en nuestro ámbito laboral* (2019), donde se manifestó que un 85% de las trabajadoras sufrió *“acusaciones, insultos, amenazas, juicios descalificativos, críticas degradantes, órdenes agresivos o gritos ejercidos por sus superiores o jefes”*; un 57% reconoció haber sufrido acoso sexual en su lugar de trabajo y se recogieron cinco denuncias de abuso sexual¹².

12 Medio digital La Vaca. (2019). *“Abusos, acosos y maltratos: la radiografía de la violencia machista que hicieron las periodistas en su día”*. Disponible en: <https://lavaca.org/notas/abusos-acosos-y-maltratos-la-radiografia-machista-que-hicieron-las-periodistas-en-su-dia/> (Acceso: 09/02/2023).

Esta información brindó un encuadre a las prioridades a trabajar desde la colectiva, necesariamente una de ellas debía ser el derecho a un ambiente de trabajo libre de violencia y acoso señalando particularmente aquel motivado por razones de género.

A inicios del año 2020 Periodistas Argentinas presentó un proyecto a la Comisión de la Mujer del Senado de la Nación, presidida por Norma Durango, que atendía varias de las problemáticas identificadas en el ejercicio de nuestra profesión: la desigualdad salarial; falta de equidad en espacios de decisión y poder; y la necesidad de contar con protocolos para prevenir y contener la violencia de género en el ámbito laboral. Semanas más tarde, en el marco del 8 de Marzo, más de 500 periodistas de todo el país firmaron un compromiso de apoyo y acompañamiento a esta iniciativa que apuntaba a garantizar derechos esenciales.

El ingreso a través de la comisión del Senado permitió que desde un principio el proyecto estuviera en diálogo con todo el arco político. Sorprendentemente, nos encontramos con un ambiente sumamente propicio y basándonos en la experiencia del fallido intento del 2018 con la ley de interrupción voluntaria del embarazo, propusimos de manera temprana que la Comisión de la Mujer del Senado entablara conversaciones con su par de Diputados, de modo que cualquier duda u objeción que pudiera surgir en esa instancia pudiera ser tratada de antemano y no obstaculice la aprobación del proyecto. De igual manera se procedió con la Comisión Bicameral de Comunicación en ese momento presidida por Gabriela Cerruti, quien convocó a una reunión para discutir el proyecto con los integrantes del espacio.

El 8 de octubre del 2020 se logró de forma unánime la media sanción en el Senado, expresando el grado de consenso conseguido en los meses anteriores y, en la madrugada del 10 de junio del 2021, a pesar de la súbita y enorme presión por parte de empresas periodísticas que buscaban trabar la aprobación, el Congreso de la Nación sancionó la Ley de Equidad de Géneros en Servicios de Comunicación.

En esperas de la reglamentación de la ley, junto a la Multisectorial Audiovisual encabezamos cinco foros regionales que unieron organizaciones gremiales de todo el país, de igual modo Periodistas Argentinas participó de las audiencias públicas de la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual –organismo que acompañó desde un principio la Ley de Equidad– conscientes de la necesidad de crear consensos que garanticen adherencia a la propuesta, convencidas de que la Ley de Equidad de Géneros en los Servicios de Comunicación va a incidir en la vida de muchas mujeres y diversidades que trabajan en los distintos medios y que una mayor pluralidad tiene una correlación positiva en la calidad en los medios en tanto más democráticos.

En estas instancias que fueron germen de la *Red Federal por la Ley de Equidad en Medios*, aclaramos que, contrariamente a la campaña en su contra, la ley no tiene efectos de censura a la libertad de expresión, ni decide cómo se reparte la pauta oficial, tampoco impone el uso del lenguaje inclusivo ni obliga a contratar a ningún tipo de trabajador privilegiado. Además, cabe señalar que, cuando se refiere a lenguaje a inclusivo, lejos de las críticas que le hicieron que imponía el hablar con la “e”, lo hace en torno a la recomendación de la ONU de 1992 que propone no usar el masculino universal cuando en lo que se está contando hay referencias a otras identidades de géneros.

En ese sentido Ana Torrejón, ex directora de Revista Claudia, Elle y actualmente directora de L’Officiel, sostiene que *“los medios deben ser un reflejo de las demandas y de las realidades sociales. Pluralidad, diversidad, garantizan más República. Resulta indispensable y urgente la participación equitativa en todas las plataformas para construir una agenda transversal. Los indicadores de matrículas universitarias y terciarias son elocuentes: la formación no se traduce en presencia”*. Corregir ese desequilibrio es otro de los objetivos, según señala Ana: *“La Ley es a favor de las nuevas generaciones. Su implementación dará visibilidad a los recursos existentes y soslayados por la praxis histórica y se construirán canales comunicativos con texturas socioculturales”*.

Otro aspecto que deseamos señalar es la aplicabilidad de la ley en relación a la violencia que viven nuestras colegas en los medios. Es muy importante la incorporación de esta dimensión porque significa que se condena por primera vez explícitamente conductas inadmisibles, prácticas que hoy forman parte del paradigma de producción de noticieros y programas de tvé, diarios, radios, portales web a lo largo y ancho de nuestro país, tanto en medios públicos como privados, proponiendo medidas de prevención y protocolos de tratamiento. Un cambio, sin dudas, que nos beneficia a todo el conjunto de profesionales que buscamos hacer un periodismo democrático, constructivo e inclusivo en ambientes libres de violencias.

Inés Hayes es periodista y docente universitaria. Periodista en la CTA Autónoma. Colabora en MU-lavaca.org, Las 12, Clarín, Ñ y Canal Abierto. Integra Periodistas Argentinas.

Bernardina Rosini es Comunicadora Institucional, especialista en gestión de proyectos, periodista. Colabora en MU-lavaca.org y Observatorio Lucía Pérez. Integra Periodistas Argentinas.

Periodistas Argentinas es una colectiva transversal y federal de periodistxs y comunicadorxs fundada en 2018. Actualmente la integran más de 200 profesionales de medios gráficos, digitales, televisión, radio y diversas instituciones. Sus principales ejes de trabajo son la incidencia por el aborto legal, la Ley de Equidad en Medios y el avance del movimiento Ni Una Menos.

4. Por una comunicación no sexista, igualitaria e inclusiva en todo el país

Por Red PAR

Un relevamiento realizado por Periodistas de Argentina en Red por una Comunicación No Sexista (Red PAR) demostró que en las provincias las situaciones de inequidad y precarización laboral son extremas, donde las mujeres y disidencias constituyen la mano de obra barata y no jerarquizada. La aplicación de la Ley 27635 de Equidad de Géneros en los Servicios de Comunicación contribuirá a garantizar el cumplimiento del principio de equidad en la representación de los géneros y fomentará la distribución equitativa de tareas y funciones en los servicios de comunicación.

La existencia de una herramienta que promueve la equidad de las mujeres y personas LGTTBIQ+ en los medios de comunicación contribuye a la democratización de la palabra, punto de partida para el ejercicio pleno de derechos.

Estas voces, nuestras voces, son necesarias. Su presencia produce una disonancia en un orden hegemónico patriarcal que aún persiste en los medios, de allí que el ejercicio del periodismo y la producción de contenidos desde un enfoque de género constituyen una herramienta que aporta otras miradas. La irrupción de otras subjetividades genera fisuras y disrupciones en distintas esferas del campo del periodismo y la comunicación.

Desde la Red PAR venimos trabajando y reflexionando desde 2005 por el derecho a una comunicación no sexista, igualitaria e inclusiva. Una comuni-

cación que fortalezca los procesos democráticos y se convierta en protagonista de los cambios culturales que se requieren para alcanzar los objetivos de equidad y justicia para todas las personas. Desde nuestros inicios, hemos destacado la necesidad de considerar la paridad de género en los medios de comunicación y la transversalización de la dimensión de género e interseccionalidad (raza, etnia, religión, territorialidad, entre otras variables) en todas las políticas públicas vinculadas con el ejercicio de la profesión como una de las medidas necesarias para reparar derechos vulnerados.

Por eso apoyamos y militamos la sanción de la Ley 27635 de Equidad de Géneros en Servicios de Comunicación cuyo objetivo es, no solo garantizar el cumplimiento del principio de equidad en la representación de los géneros, sino también fomentar la distribución equitativa de tareas y funciones en los servicios de comunicación, además de promover políticas de cuidado para quienes se desempeñen en ellos. Realizar campañas institucionales de concientización y sensibilización para el fomento de la igualdad de las personas y la erradicación de la violencia por razones de género, se cuentan entre otros objetivos de la legislación.

Un estudio a nivel país realizado durante 2020 por esta Red y que abarcó 46 medios gráficos, televisivos, radiales y digitales de diez provincias, constató que, del total de medios alcanzados por la muestra, las mujeres representaban el 37% del personal de staff; el 40% de los cargos jerárquicos y la casi inexistencia del empleo formal de identidades no binarias o trans; datos que coinciden con las estimaciones regionales e internacionales¹³.

El estudio también destaca que las situaciones más óptimas de equidad en la representación de los géneros se dan en los medios del tercer sector que son, justamente, los menos beneficiados por la pauta oficial y cuya sub-

13 Deharbe, D. (2022). *Paridad, ¿estás ahí?. Datos sobre la inserción laboral de mujeres y personas trans en medios de comunicación en Argentina* [artículo inédito]. Elaborado en base a datos encuesta Periodistas de Argentina en Red por una Comunicación No Sexista.

sistencia siempre es liminal. En tanto, los medios públicos se presentan como espacios estratégicos a disputar para reparar derechos vulnerados.

En las provincias este estudio demuestra que las situaciones de inequidad y precarización laboral son extremas, donde las mujeres y disidencias constituyen la mano de obra barata y no jerarquizada. Los medios existentes, por lo general, tienden a la concentración y sus agendas informativas dependen casi exclusivamente de lo que pautan las administraciones ubicadas en la capital del país. La pérdida de la localía informativa y el destrato por la profesión, generan situaciones muy dispares que hacen del periodismo una labor poco rentable.

La ley representa una oportunidad para poner en circulación nuevas narrativas, al incorporar voces y temáticas no hegemónicas. Revalorizará otros enfoques posibles sobre los temas que, como periodistas comprometidos/as con la perspectiva de género y derechos, nos preocupan y ocupan. Abordar los temas desde una perspectiva de género, diversidad e interculturalidad impactará en la construcción de los imaginarios y representaciones sociales. Ampliará debates, amplificará nuestras voces.

Como lo hemos manifestado desde la Red PAR los estereotipos presentes en los medios de comunicación construyen identidades fragmentadas, encasilladas, fijas en determinadas características que refieren a mujeres y varones –en sentido binario– pero que se trasladan a otras identidades sexogenéricas. En tal sentido, apostamos a democratizar los espacios laborales y las representaciones sociales por lo que es de esperar que se ponga mayor atención a las violencias simbólicas y mediáticas.

La masividad y visibilización del feminismo –que fue construyéndose a lo largo de la historia con la lucha de las mujeres y otros colectivos– es una realidad que permite que las nuevas generaciones de periodistas que se incorporan en los ámbitos de trabajo tengan la posibilidad de desarrollarse profesionalmente, sin la discriminación, el cercenamiento de su opinión, o las presiones cotidianas que han generado que en ocasiones terminen renunciando.

La normativa –única en el mundo– desplaza la discusión del cupo como techo de máxima heredado del ámbito de la representación política, hacia el paradigma de la paridad. Se convierte así en una respuesta concreta a las demandas del capítulo “J” de la Plataforma de Beijing de 1995, que establece que la situación de las mujeres respecto a los medios de comunicación debía ser enmendada en dos direcciones. Una, favoreciendo el acceso y la participación en los puestos de toma de decisión, paridad horizontal y vertical. La segunda, mediante la visibilización de narrativas no estereotipadas, lo que implica reconocer en un instrumento internacional de naturaleza vinculante, que la violencia simbólica de modalidad mediática es un grave atentado contra los derechos humanos de las mujeres y disidencias.

Por otro lado, esta ley también recoge los Principios de Yogyakarta de 2007, que establecen que mediante la herramienta del cupo podrán desmontarse los lugares comunes de estigmatización, que funcionan como barreras simbólicas al acceso de las identidades sexogenéricas a lugares desde los cuales ejercer sus derechos y disputar poder.

La aplicación de la norma es un recurso de acción positiva que impulsará en procesos de reparación e igualdad en los medios y en sus estructuras de poder. No solo para garantizar la presencia de mujeres y disidencias sexogenéricas, sino una presencia que tenga el mismo valor que la de sus compañeros. Que ocupen lugares protagónicos. Que tengan el mismo nivel de escucha. Que puedan firmar sus notas. Confiamos en que les habilitará oportunidades reales de ascenso a cargos jerárquicos.

Legitimará el trabajo que vienen realizando periodistas respecto a temas de género y diversidad en provincias fuertemente conservadoras. Por otra parte, habrá que poner atención en aquellos lugares donde las grandes audiencias están cooptadas por medios que responden a intereses de algunas iglesias evangélicas y ciertos sectores católicos, en los que los derechos de las mujeres, las diversidades sexogenéricas y la no discriminación no son abordados de una manera ecuánime. Sabemos que hay regiones donde las creencias religiosas o algunas prácticas culturales reproducen y justifican

la violencia y la desigualdad con más naturalidad y consenso social que en ciudades más grandes. Por eso será muy importante garantizar un enfoque federal, contemplando las particularidades de cada región, provincia y localidad. Dado que cada una presenta dinámicas propias en los procesos de comunicación mediáticos.

En nuestra opinión generará un mapa de situación de los medios de cada provincia, el grado de profesionalización de quienes los integran e inequidades en las situaciones laborales. Pueden darse escenarios diferenciados ya que hay regiones donde la perspectiva de género es nula y las oportunidades laborales también, lo que provoca vulnerabilidades y maltratos originados en la necesidad de trabajar.

Probablemente la existencia de algunos medios dependa hoy de la pauta oficial. Esta condición puede significar una exigencia del Estado hacia aquellos que reciben dinero público en concepto de publicidad para hacer cumplir la legislación de referencia. En medios de menores dimensiones – en relación con los medios hegemónicos –, en general radios de frecuencia modulada y portales digitales, las personas que realizan las tareas periodísticas no están siquiera registradas. En algunos casos, llevan adelante una programación o producción de contenidos con perspectiva de género y, hasta tienen paridad en los equipos, sin que ello represente la consagración de buenas condiciones laborales.

Deberemos observar que su implementación no sea solamente una adhesión provincial sino que implique desandar el mapa local de los medios para conocer cómo están conformados, primero en cantidad de mujeres y diversidades que trabajan y en la calidad de la información que se brinda. Una ley de este tipo generará necesariamente un espacio de reflexión acerca del por qué la equidad tiene que existir en relación a la información.

Hay que pensar la real aplicación de la ley en los parajes, en los pueblos pequeños donde llega muchísimo la radio, y los temas requieren un abordaje con un enfoque amplio, que no queden contenidos exclusivamente intersectados por lo religioso o por intereses netamente comerciales.

Si la comunicación, el periodismo con perspectiva de género, implica poner en evidencia, analizar las estructuras de poder, el patriarcado, en su cruce interseccional con otros sistemas como el racismo y el capitalismo –entre otros– la ley significará transformar esas estructuras que generan desigualdades y discriminación. Consecuentemente, se desnaturalizarán situaciones de violencia que se dan en los medios. Por eso será necesario armar redes de contención, diseño y aplicación de protocolos de actuación ante casos de violencia de género en los espacios laborales y fuera de ellos. Y revalorizar el rol de las editoras de género para transversalizar la perspectiva de derechos humanos en la producción de contenidos.

Seguramente posibilitará mayor capacitación del personal respecto a perspectiva de género y derechos humanos; que los medios se ocupen de formar a su personal respecto de estos temas es un reclamo constante de la sociedad y los/las trabajadores de prensa, que hasta el momento no cuenta con alguna política pública que sirva de respaldo. Hasta el momento, la formación ha descansado en el interés, los recursos y las posibilidades propias de cada trabajador/a de prensa y no es valorada, destaca la encuesta hecha por esta Red.

Un aspecto, no menor, que vincula lo profesional y lo estrictamente laboral es que la Ley de Equidad al favorecer la presencia de mujeres y de otras identidades del colectivo LGTTBIQ+ también genera una mirada hacia las condiciones laborales y, en consecuencia su participación protagónica en los debates y la defensa de derechos laborales. Si no hay mujeres en los medios no se puede cumplir con la ley de cupos/paridad para la participación gremial en las organizaciones que defienden los derechos laborales. Esto sería menos democracia. La ausencia del sujeto mujer y otras identidades sexogénéricas nos priva de otras miradas al momento de analizar, reflexionar, debatir y comunicar los hechos de la realidad, de los que se ocupan el periodismo y la comunicación.

Es deseable que la aplicación de la ley visibilice y ponga en discusión las condiciones laborales de las mujeres y colectivos de la diversidad en los

medios: la precariedad en las contrataciones, la discriminación salarial, la falta de medidas que permitan conciliar la vida profesional y la vida privada, las prácticas sexistas en el trabajo, el acoso sexual y psicológico. Las periodistas estamos expuestas a amenazas y violencias, incluido el acoso en línea, que incide en nuestra participación en la vida pública y la democracia.

Sin lugar a dudas es una decisión política que obliga al Estado a ser consecuente con tratados internacionales y leyes nacionales que promueven y garantizan una vida libre de violencias.

Periodistas de Argentina en Red Por una Comunicación No sexista es una red federal de periodistas y comunicadoras/es que hacen foco en la perspectiva de género. Desde su creación en 2006 su principal motivación es la democratización de la comunicación, por considerar que es central en el logro de la igualdad de género. Con tal fin realiza capacitaciones, acciones de incidencia y trabaja coordinadamente con otras organizaciones nacionales e internacionales relacionadas con la temática. La Red produjo dos Decálogos: uno para el tratamiento periodístico de la violencia contra las mujeres (2008) y otro para el tratamiento periodístico del delito de trata de personas y explotación sexual (2012).

5. Nuevos viejos debates: preocupaciones de los medios autogestivos y comunitarios ante la reglamentación de la Ley de Equidad

Por Luciana Lavila, Lucía Maccagno y Natalia Vinelli (Barricada TV)

Introducción

Los avances en materia de diversidad y géneros no están exentos de flujos y reflujos, luchas y contradicciones. La concentración del mapa de medios en la Argentina, y su centralización en el AMBA, agrega a esto mayores niveles de complejidad: pocas empresas concentran contenidos, plataformas, mercado laboral, pauta pública y privada, recursos para funcionar, audiencias. En este contexto, la sanción de la Ley 27635 de Equidad en la Representación de los Géneros en los Servicios de Comunicación –que es fruto de la movilización y presión de redes de periodistas y comunicadoras–, abre algunos interrogantes que es necesario poner a debate de cara a que su futura reglamentación no reproduzca las asimetrías que los medios alternativos, populares y comunitarios enfrentamos históricamente.

Nuestros medios tienen un compromiso militante con las luchas de las mujeres y las diversidades desde su origen. En Barricada TV la paridad

la construimos desde abajo, desde lo cotidiano, de manera intuitiva, ubicándola como eje cuando empezamos a diseñar el proyecto en 2008 y 2009. La paridad en la pantalla, en las fuentes, en los lugares de decisión y de representación del canal fue una de las preocupaciones transversales a todas nuestras intervenciones. Esto hoy parece simple, pero no fue fácil. Ya sabemos que las mesas de decisión siempre fueron masculinas, que siguen faltando mujeres y diversidades entre nuestras referencias y que hubo que romper más de una atadura para instalar un colectivo de dirección compuesto por mujeres en lugares clave.

Quiénes somos

La historia de los medios alternativos y comunitarios es una historia de lucha, construcción colectiva y militancia. Barricada se forjó al calor de las experiencias de la televisión piquetera en el post 2001, con el objetivo de visibilizar otras voces y relatos, entendiendo a la comunicación como una herramienta capaz de aportar a los procesos de transformación social. Como se señaló, en la conformación, desarrollo y consolidación de este proyecto, la demanda y la búsqueda por alcanzar la equidad de géneros siempre fue una constante. Esta preocupación no está sólo puesta en alcanzar la paridad en la pantalla, en nuestras agendas informativas y en nuestras fuentes de consulta, sino también en un compromiso real por referenciar compañeras en los lugares de toma de decisión y en la interlocución con los diferentes actores con los que se dialoga diariamente.

El canal es, antes que nada, un proyecto de comunicación militante alejado de las lógicas comerciales de los medios privados concentrados. Nuestras estructuras, objetivos, concepción del mundo, formas de ejercer el periodismo y de funcionar son antagónicas. A cada paso que damos, una barrera se levanta y dificulta nuestro funcionamiento pleno en el sistema de medios. Para comenzar, el 33% del espectro radioeléctrico contemplado en la Ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) para los prestadores de gestión privada sin fin de lucro quedó lejos de cumplirse. La asimetría es tal que si por ejemplo PAREStv, el canal co-

munitario de Luján, emite los partidos del equipo local para su zona de cobertura, TyC Sports inicia acciones legales destinadas a censurar sus transmisiones; si hay pauta oficial, los canales comunitarios reciben 100 veces menos que los comerciales que emiten en TV abierta¹⁴; si Barricada tiene su planta transmisora habilitada, Cablevisión, Telecentro y Direct TV se niegan a incorporarlo a su grilla de manera gratuita, tal como establece la norma, impidiendo el encuentro con las audiencias.

No obstante –como muchos otros medios del sector–, Barricada TV pudo iniciar un proceso de profesionalización a partir de la sanción de la LSCA, y de la lucha por la legalización y el fomento. Esto permitió conformar una estructura de trabajo asociativo que sostiene la gestión del medio. Con la obtención de la licencia en Televisión Digital Abierta en 2015, ese proceso se profundizó. En esta tarea, el camino trazado por el movimiento de empresas recuperadas, que cobija nuestros estudios de manera solidaria en la fábrica metalúrgica IMPA, fue el modelo a seguir. Hemos aprendido de las compañeras y los compañeros la potencia de la autogestión, del trabajo sin patrón, así como también de sus limitaciones y las dificultades que se deben enfrentar.

Los debates que arrastramos y la pelea por una pauta democrática

¿Por qué, más allá de estos avances, la sustentabilidad sigue resultando esquiva? La respuesta central deviene de lo planteado párrafos más arriba: la concentración del sistema de medios es refractaria a la pluralidad de voces. Las dificultades que esto acarrea impactan directamente sobre el sostenimiento del medio, impiden crecer, proyectar en el tiempo, y limitan profundamente el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho de la población a informarse. Bajo ningún aspecto

14 En base al último informe de distribución de pauta publicado (período septiembre 2021 - abril 2022).

se podrían equiparar los medios privados comerciales con los medios sin fines de lucro. No solo la desigualdad es aplastante: la experiencia hasta ahora demuestra el celo, la vigilancia de mercado que ejercen las corporaciones para impedir el funcionamiento de cualquier opción competidora, por más pequeña que sea.

Por eso entre los temas de agenda del sector cooperativo y comunitario de la comunicación, son constantes la defensa de las conquistas obtenidas y la pelea por una ley de pauta oficial democrática y transparente, que sigue siendo una de las deudas pendientes de la democracia. La designación arbitraria de los espacios de publicidad oficial es, justamente, un reflejo de la concentración. Su distribución desigual impide que ésta funcione como un estímulo para promover el desarrollo y fortalecimiento de los medios alternativos, populares y comunitarios. La pauta debe ser una fuente de financiamiento genuina y a la vez equilibrada para los distintos actores y actrices del escenario comunicacional, evitando que se privilegie sólo la lógica de mercado y a los grandes grupos empresariales.

Para ponerlo en números: desde la Coordinadora Nacional de Televisoras Alternativas (CONTA), junto a otras redes de todo el país nucleadas en la Confederación de Medios Cooperativos y Comunitarios (CMCC), venimos planteando la necesidad de una normativa que regule la distribución de pauta de manera federal, que nos incluya como uno de los sectores centrales. Los datos son contundentes. En el período que va desde septiembre de 2021 hasta abril de 2022 y según el cálculo realizado por los investigadores Agustín Espada y Santiago Marino, el Grupo Clarín recibió \$1 de cada \$8 invertidos y se quedó con el 12,5% del total con más de \$1.000 millones¹⁵. Entre los meses de diciembre de 2020 y

15 Espada, Agustín y Marino, Santiago. (27 de agosto de 2022). “Cayó el gasto en publicidad oficial pero aumentó la concentración en los principales grupos”. *Chequeado*. Disponible en: <https://chequeado.com/el-explicador/cayo-el-gasto-en-publicidad-oficial-pero-aumento-la-concentracion-en-los-principales-grupos-de-medios/> (Acceso: 06/02/2023).

agosto de 2021, del monto total adjudicado sólo 0,6% fue dirigido a medios autogestivos y cooperativos. Durante ese lapso el 1% de los medios del país se llevó el 68% de la torta publicitaria.

Por este motivo presentamos propuestas para una futura ley, y nos hemos reunido reiteradas veces con las y los funcionarios que han estado a cargo de la gestión del área. Como resultado de la organización que supimos construir, logramos mejorar el porcentaje destinado al sector de la comunicación sin fin de lucro, pero aún estamos muy lejos de garantizar la estabilidad que nos permitiría proyectar nuestros medios a largo plazo. El escenario continúa siendo adverso y la concentración de recursos sigue estando en pocas manos.

Al mismo tiempo, es necesario remarcar que la distribución de pauta publicitaria para el sector no lucrativo de la comunicación no puede estar sujeta a supuestos criterios “objetivos” regidos por lógicas comerciales. Como ya hemos señalado, se trata de paradigmas diferentes y es el Estado el que debe arbitrar los mecanismos necesarios para equilibrar las reglas del juego en el marco de la desigualdad histórica que nos atraviesa y desde la cual construimos nuestros proyectos. La incidencia de nuestros medios y el rol social que éstos cumplen en sus comunidades no puede medirse por el alcance, por el punto de rating ni con la misma vara que a un privado con fines de lucro. Menos, si como en el caso de Barricada TV, no se cumple con la normativa respecto a la incorporación en las grillas de las empresas cableras, lo que desde ya limita el alcance, la llegada y a su vez la obtención de nuevas formas de financiamiento.

A 40 años de la recuperación de la democracia en nuestro país, entendemos que los debates sobre el rol de la comunicación comunitaria ya deberían estar saldados. La discusión alrededor de la LSCA, impulsada por actrices y actores de la sociedad civil, sindicatos y la academia, consolidó consensos al respecto. Hemos dado sobradas y probadas muestras de que, incluso partiendo desde el piso de desigualdad que mencionamos, nuestros medios producen periodismo de calidad, y que han seguido creciendo por prepotencia de trabajo en los escenarios más adversos.

La comunicación comunitaria continuó en pie aún cuando muchas de las empresas mediáticas que recibían cuantiosas pautas millonarias cerraban sus puertas dejando miles de trabajadoras y trabajadores en las calles.

Ley de Equidad de Géneros y lo que esperamos de la reglamentación

La LSCA otorgó un marco regulatorio que reconoce a los medios alternativos, populares y comunitarios como actores de derecho, y puso en el centro del debate la democratización del mapa comunicacional, incluso con las deudas respecto a su aplicación. Pensamos que esta ley, que generó una amplia participación social, debe ser el punto de partida a la hora de regular los diferentes aspectos relacionados con la comunicación. No obstante, vemos cómo reaparecen una y otra vez discusiones que ya creíamos resueltas. En el caso de la Ley 27635 de Equidad en la Representación de los Géneros en los Servicios de Comunicación (una ley tan necesaria como importante), el principal problema para nosotras está en el capítulo III, cuyos artículos no diferencian a los prestadores de gestión privada con y sin fines de lucro.

Siempre hay que recordar que, lejos de democratizar, cuando se establecen iguales requisitos para las empresas concentradas y para los medios comunitarios, el resultado es la profundización de la desigualdad. Sobre todo cuando esto impacta, de forma punitiva, en la asignación de pauta oficial, de la cual el sector fue largamente excluido y discriminado en favor de los medios comerciales, como demostramos más arriba. Las exigencias que deben cumplir las corporaciones mediáticas tienen que estar a la altura de su escala y no pueden ser las mismas para los medios sin patrón. En contextos de desigualdades tan fuertes, si no rige el principio de regulación asimétrica los medios más débiles resultan perjudicados.

El artículo 6to de la ley establece la creación de un registro de prestadores de medios audiovisuales y del certificado de equidad para el cual hay que cumplir con algunos de los requisitos enumerados en el artículo 7mo.

Entre ellos se hace alusión a las formas de contratación del personal y a la adecuación de los espacios laborales para una representación de los géneros con una perspectiva de diversidad sexual en el acceso y permanencia a los puestos de trabajo, sin tener en cuenta por ejemplo, que en el ámbito de los medios alternativos no existe un departamento de recursos humanos que seleccione personal. Quienes participamos en un medio con estas características lo hacemos por un interés político, social y/o cultural, como así también por la búsqueda de aprendizaje en algún aspecto técnico y/o político-comunicacional. Tampoco se tienen en cuenta en el articulado las desiguales condiciones materiales sobre las que construimos nuestros medios, en espacios recuperados o muchas veces cedidos en forma solidaria.

El artículo 8vo plantea también que la obtención de dicho certificado dará preferencia al momento de la asignación de pauta a los operadores privados, nuevamente sin diferenciar al sector sin fin de lucro del comercial y sin explicitar además qué implicaría dicha preferencialidad. Esta ambigüedad, como venimos señalando, si no es superada en la reglamentación teniendo en cuenta la naturaleza diferente de los medios con y sin fines de lucro, puede generar mayores restricciones que las existentes en la distribución de pauta, y mayor concentración económica, en lugar de una oportunidad para una democratización en la representación de los géneros en los medios audiovisuales (que las empresas mediáticas están muy lejos de cumplir).

¿Cuál será el órgano de aplicación de una normativa que reúne medios públicos, medios comerciales fuertemente concentrados y medios comunitarios cuyas formas jurídicas son cooperativas, asociaciones civiles y mutuales? ¿El Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad? ¿El Ministerio de Trabajo? ¿La Secretaría de Medios? ¿Acaso el INAES? Esto tampoco es menor, sobre todo teniendo en cuenta que ya están bastante pasados los 90 días fijados por la ley para la reglamentación. Asimismo, ¿por qué para los medios públicos el régimen es obligatorio, y para los privados es de promoción? ¿Los medios concentrados podrán hacer convivir ciertos

niveles de diversidad en la pantalla y en la contratación de personal, con programas de corte marcadamente sexistas y lugares de decisión completamente masculinos?

A modo de cierre

Pensamos que la normativa representa un avance inapelable en cuanto al reconocimiento y derechos desde la equidad. Estamos de acuerdo en aplicar la preferencialidad en la pauta en tanto se respete la diversidad. Pensamos, incluso, que deberían revisarse los criterios “objetivos” por los cuales los medios que propagan el odio terminan siendo los que más pauta oficial reciben. Las exigencias también tienen que ser equitativas. Tienen que estar en relación con la naturaleza del medio, a riesgo de reclamar a algunos condiciones que no tienen por su propia forma jurídica y social. Por eso estos debates nos parecen fundamentales de cara a la reglamentación, que debería estar construida por consenso, como todas las leyes que acompañan procesos gestados en la base social. No se puede soslayar que existen muchos intereses en juego, y que los lobbies no la han dejado pasar.

Celebramos y militamos todos los avances en materia de ampliación de derechos. Nos hemos movilizado una y otra vez en defensa de las conquistas obtenidas, en defensa del financiamiento de la cultura, por el crecimiento y la profesionalización de nuestros medios. Fuimos parte de luchas históricas, entre ellas el aborto legal, seguro y gratuito, un derecho de larguísimo aliento. Por eso acompañamos la propuesta de una legislación que ponga sobre la mesa la discusión sobre la representación de los géneros en los medios, una preocupación constante en nuestra práctica cotidiana. Pero este avance se tiene que leer en el marco de un escenario general, que es de concentración, y que también requiere de medidas urgentes.

La Ley de Equidad de Géneros debe ser una oportunidad para la construcción de mayores niveles de democracia en los medios de comunicación;

para esto –de mínima– los requisitos deben contemplar a los diferentes sectores del escenario comunicacional, siguiendo las definiciones vigentes en la LSCA. No estamos inventando nada nuevo. La reglamentación es un momento crucial para poner claridad sobre estos aspectos, respetando la diversidad de medios que pueblan, a pesar de las empresas concentradas, el mapa mediático en la Argentina.

Natalia Vinelli es Doctora en Ciencias Sociales (UBA), magíster en Periodismo, especialista en Planificación y Gestión de la Actividad Periodística y profesora universitaria. Publicó numerosos libros y artículos sobre comunicación alternativa, popular y comunitaria. Es fundadora de Barricada TV Canal 32.1 de la TDA. En 2018 obtuvo el Premio Lola Mora a la labor periodística en TV digital. Desde 2020 se desempeña como subdirectora de Proyectos Especiales de Enacom.

Luciana Lavila cursó la licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Buenos Aires. Realizadora audiovisual, militante y periodista. Integrante del colectivo de dirección de Barricada TV Canal 32.1 TDA, donde se desempeña como productora y conductora. Coordina el área de comunicación y prensa de la Dirección de Políticas de Inclusión Económica - Empresas Recuperadas, dentro del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación. Integra DOCA Documentalistas de Argentina.

Lucía Maccago es Licenciada en Ciencias de la Comunicación y Profesora en Enseñanza Media y Superior (UBA). Docente universitaria. Es integrante del colectivo de dirección de Barricada TV Canal 32.1 TDA, donde se desempeña como conductora y productora. Dirigió el documental *En la cancha. Televisión comunitaria, fútbol y censura*, sobre el caso de PAREStv y la lucha por la transmisión del campeonato de ascenso. Integra DOCA Documentalistas de Argentina.

Barricada TV es un canal alternativo, popular y autogestivo que transmite por el 32.1 de la Televisión Digital Abierta. Sus estudios y planta transmisora están ubicados en Industrias Metalúrgicas y Plásticas Argentina (IMPA), la primera fábrica recuperada del país por sus trabajadoras y trabajadores. Integra la Coordinadora Nacional de Televisoras Alternativas (CONTA).

6. La Ley 27635 sobre Equidad en la Representación de Géneros en los Servicios de Comunicación y el Diario Perfil

Por Mabel Bianco (Defensora de género del Diario Perfil)

El diario Perfil se adelantó a la sanción de la Ley 27635 “Equidad en la representación de géneros en los servicios de comunicación” aprobada a mediados del 2021 y publicada en el Boletín Oficial el 8 de julio de ese año. En el 2018 el Diario Perfil adoptó una posición de inclusión de la perspectiva de género y de la equidad en la presencia de mujeres en el mismo que se expresó en la designación de una “Defensora de género”, cargo que ocupó primero Diana Maffía y luego quien suscribe estas líneas. Esta decisión significó una avanzada importante en el país y en América Latina y el Caribe. Por eso esta designación fue muy reconocida e impactó en América Latina y el mundo, por ser el primer medio masivo que incluyó esta figura, que si bien ya existía en algunos países del Norte Global, ni en la región ni en el país se habían formalizado esas designaciones. El diario Perfil fue un pionero en este tema.

Debemos aclarar que esta designación no se limitó al nombramiento de la Defensora de género, sino que implicó un trabajo al interior del diario, de sensibilización, reflexión y capacitación a todo su personal sobre la pers-

pectiva de género. Esto significó una revisión para incorporar esta visión en todas las secciones y notas. Tarea que no solo ejerció la Defensora de género, sino que los directivos y algunas de las periodistas mujeres feministas se abocaron y desarrollaron con todo el personal. En este sentido es necesario señalar que ya en el diario existían muchas periodistas en cargos importantes, como la responsable del área económica, que tenían esa visión, la ejercían en su sección y trataban de difundirla a otras secciones y colegas hombres o mujeres.

Esta designación desencadenó entonces un proceso de sensibilización y reflexión al interior del diario, pero también hacia los/las/les lectores. Como señala el Editor Responsable y jefe de redacción Javier Calvo: *“Las acciones hacia el interior del diario se basaron en capacitaciones y en la mirada crítica respecto a temáticas o tratamientos periodísticos con alta incidencia de la cultura machista tradicional”*. Es por eso que no fue algo que se alcanzó rápidamente, tampoco fue fácil y además es una tarea que continúa, porque es obvio que las tendencias de quienes vivieron y se educaron en otra forma cuesta cambiarlas, pero es importante que hay conciencia de la necesidad del cambio y todos contribuyen. También hay que considerar que en las nuevas incorporaciones no siempre se trata de periodistas con una orientación clara en este sentido. Por eso esta tarea de revisar el tratamiento periodístico de ciertas temáticas es algo que está en permanente revisión.

Un aspecto importante es que la Escuela de Periodismo con la que cuenta la Editorial Perfil sí está imbuida de la perspectiva de género y equidad. Todos sus egresados, cualquiera sea su género, tienen claro esto y es importante que lo puedan expresar en su trabajo en los distintos medios a los cuales se incorporan una vez graduados. Esta es una contribución de Perfil que no se visibiliza pero que considero debe señalarse porque favorece que la visión se ejerza en otros medios a través de estos graduados.

La no diferencia ni discriminación en caso de personal del colectivo LGBTQI+ es algo que caracteriza al Diario Perfil y a la empresa. Estos son aspectos que registran a Perfil como un medio abierto a la diversidad

y a la igualdad de género, y que es mucho más que tener una relatora de género. Consideramos que ese es uno de los principales desafíos que la ley plantea. Lo valoro como algo muy positivo, personalmente desde mi incorporación me llamó la atención la apertura a la diversidad, pero no por una ley, sino realmente como una forma normal de desempeño en lo cotidiano, tanto en el diario como en la editorial en general. Teniendo en cuenta que la mirada y la perspectiva tradicional en general es machista, esta es una importante diferencia e indica que su personal encuentra un ambiente donde se acepta naturalmente la diversidad y las tendencias clasistas y sexistas no encuentran cabida. Esto sucede a pesar de la diversidad de edades y procedencias que podrían justificar que fuera diferente. En este sentido creo que esto en gran medida se debe a la tónica que dan los directivos, ya que son ellos muchas veces los que promueven o no discriminaciones hacia la diversidad con sus conductas o actitudes que son mucho más graves que las palabras o el discurso, ya que en eso siempre coincidimos.

Una característica diferencial del diario Perfil en relación a otros medios masivos del país que incorporaron Defensoras de género después de la designación en Perfil, fue que la Defensora de género no pertenece al staff del diario ni es periodista. Por el contrario es una profesional experta, reconocida en género, externa, y que es invitada a sumarse sin ningún condicionamiento. Esto tiene una ventaja porque al no ser una par, su capacidad de señalar y marcar las notas que denotan un sesgo de género no adecuado, no queda envuelta en la competencia entre colegas. Esto no es menor porque si las observaciones entran en la competitividad entre colegas, se opaca e inhabilita el papel de crítica constructiva que guía el accionar de la defensoría de género. Es muy importante que la Defensora de género pueda libremente expresar sus observaciones e intercambiar con los colaboradores del medio, esto se debe garantizar para que pueda ejercer sus funciones en forma más efectiva.

A su vez es fundamental la libertad que debe tener la Defensora de género para hacer aportes, en sus columnas semanales, que impliquen una forma

de clarificar y transmitir a todo el staff del medio masivo, no solo a los/las/les lectores, la interpretación y lectura de algunos hechos cotidianos desde la perspectiva de género. Esta independencia implica el respeto por la libertad de expresión que guía o debe guiar la actividad periodística y la de la Defensora de género. A su vez el análisis y los comentarios desde la visión de género de la Defensora no constituyen una forma de coartar la libertad de expresión, sí de plantear el respeto a la visión de género. Esto exige hacer las observaciones considerando la disidencia, pero sin dejar de combinar ésta con el respeto a la visión de género. Estos son algunos de los desafíos que tenemos quienes desempeñamos este papel ya que a veces la diferencia es muy tenue, o se usa o alude a que se coarta la libertad de expresión frente al señalamiento sobre el respeto a la perspectiva de género. Esto debe diferenciarse y no quedar atrapadas en esa falsa discusión.

La Ley 27635 establece para los prestadores estatales *“la equidad en la representación de los géneros desde una perspectiva de diversidad sexual en el acceso y permanencia a los puestos de trabajo”* y fija en el 1% la cuota de *“personas travestis, transexuales, transgéneros e intersex en relación a la totalidad del personal”*. En este sentido la ley se limita a plantear la representación equitativa, no plantea la paridad, algo que debería promoverse. Al igual que en la política o en el manejo de empresas, las mujeres en los medios masivos vienen corriendo con desventaja, porque su incorporación es posterior e irrumpen en un medio masculino donde cuesta aceptar la visión de las mujeres y reconocerlas. Creemos que por eso la paridad puede haberles parecido demasiado a los legisladores, sin embargo es algo a lo cual creemos se debe llegar a la mayor brevedad.

Para los prestadores privados la ley establece la certificación de equidad, algo que les favorece para la recepción de publicidad oficial. En este sentido la presencia más igualitaria en el diario Perfil es algo que se ha buscado

y promovido desde antes de la sanción de la ley. Desde la creación de la Defensora de género se busca equiparar la promoción de más mujeres periodistas y en espacios de mayor valor e incluso de decisión. Así en la sección Política hay paridad entre editoras y editores. La sección Economía está a cargo de una mujer desde hace muchos años, estas son las dos secciones de mayor peso periodístico del diario. Estos son indicios muy favorables que las dos Defensoras de género valoramos.

Además, en otras áreas de la editorial la participación de mujeres es igualitaria o tiende a eso, e incluso aumentó la incorporación a niveles de decisión o jefaturas. Por ejemplo, la Dirección de la Redacción Digital está en manos de una mujer y el área de Entretenimiento Digital también está a cargo de un equipo de mujeres. Por eso en ese sentido el diario ha promovido la equidad hace años y ha avanzado considerablemente. Algo que se puede señalar en esta línea es que en los recambios de jefaturas o personas a cargo de secciones, cuando el cargo era ejercido por una mujer se la reemplazó con otra mujer. Así ocurrió en la sección Economía y también en otras áreas de la editorial como la Dirección de la Redacción Digital. Esto es un muy buen precedente.

Como dijimos antes, a partir de la designación de la Defensora de género, en el diario también se desarrollaron actividades hacia los lectores. Se incluyeron por ejemplo llamadores gráficos con los teléfonos de alertas sobre la violencia de género, que luego se ampliaron a otros tipos de violencias. También se promovieron las cartas de lectores firmadas por lectoras mujeres y se jerarquiza la presencia y la voz de las mujeres en toda su diversidad.

Para concluir podemos señalar que si bien no es perfecto el diario Perfil, como medio masivo privado es muy favorable a la participación equitativa de los géneros y, por su mayor experiencia, puede ayudar y ser un modelo para otros medios masivos privados.

Mabel Bianco es médica, especialista en Salud Pública y Epidemiología. Experta en género y derechos humanos y escritora. Cuenta con una vasta trayectoria en temas de comunicación y en la función pública en áreas de salud y género. Fundadora y presidenta de la Fundación para el Estudio e Investigación de la Mujer (FEIM) en 1989, organización pionera en estudios de género en Argentina. En 2011 fue reconocida por *Women Deliver* como una de las 100 personas comprometidas con las mujeres del mundo y elegida como una de las “150 mujeres que mueven el mundo” por la revista *Newsweek* junto a *The Daily Beast*. En 2021 fue reconocida por la BBC como influencer y al año siguiente por *Apolitical*.

Diario Perfil, periódico argentino fundado en 1998 como medio digital, el primero en su tipo en el país. Posteriormente comenzó a editarse en papel.

7. Democracia sin equidad de géneros no es democracia

Por Dra. Cynthia Ottaviano (*Periodista, ex Defensora del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual*)

Transcurridos los primeros días del año 2023, cuando se escriben estas páginas, resulta imposible determinar cuáles serán los hechos que se destaquen en un futuro e hipotético anuario. Sin embargo, por lo menos una efeméride permite identificar un acontecimiento de alta relevancia: el 10 de diciembre se cumplirán 40 años de la recuperación democrática y resulta esperable que a lo largo del año se realicen diversas actividades que transformen la fecha calendaria en una celebración memorable.

Por entonces, el presidente Raúl Alfonsín intentaba atravesar diversas encrucijadas para sepultar el genocidio de los años anteriores. Además del Juicio a las Juntas Militares y las tensiones para enfrentar levantamientos, asumió un desafío trascendente, aunque poco recordado: estructurar *“un proyecto de consolidación del régimen republicano y democrático para modernizar a la sociedad argentina, fundado en la ética de la solidaridad y en la amplia participación de la ciudadanía”*¹⁶. Al dirigente radical le preocupaba *“superar pautas culturales que han significado en nuestra historia obstáculos insalvables, tanto para la convivencia pacífica como para la identificación de los ciudadanos con las normas fundamentales, el progreso social y económico y la distribución equitativa de sus frutos”*¹⁷.

16 Decreto 2446 de *Creación del Consejo para la Consolidación de la Democracia*. (24 de diciembre de 1985). Disponible en: <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/7097209/19851231> (Acceso: 15/02/2023).

17 Decreto 2446/1985. Tercer párrafo, considerandos “Decreto constitutivo”.

Para lograrlo decidió crear por decreto el Consejo para la Consolidación de la Democracia (COCODE), integrado por “*personalidades políticas e intelectuales, caracterizadas por su trayectoria pública al servicio de la Nación*”¹⁸. Coordinados por Carlos Nino, se sumaron 19 consejeros, como René Favalaro, Enrique Nosiglia y Jorge Taiana. Entre ellos sólo dos mujeres, Ema Pérez Ferreira¹⁹ y María Elena Walsh. Todos, menos ellas dos, trabajaron en cinco subcomisiones, con decenas y decenas de varones. Consejeros y “doctores”, como Daniel Sabsay y Carlos Rosenkrantz. Pero ni una sola mujer²⁰.

En el primer artículo del decreto del Presidente de la Nación Argentina se especifica la necesidad de “*modernización de las estructuras culturales, científicas, educativas, productivas y estatales*”. Pero se haría sin ellas. O casi. El listado de “Asesores de la Comisión de Radiodifusión”, de los trece nombres incluidos, otra vez enumera dos mujeres: Nora Blaye y Marcela Rodríguez. Parece difícil no concluir que, en la Argentina, hace 40 años, cuando el Poder Ejecutivo al mando del gobierno radical se planteó consolidar la incipiente democracia, la perspectiva de género no existió. Y no es que las mujeres no tuvieran participación política. Había pasado más de un siglo desde el comienzo de las movilizaciones feministas a escala nacional, con apoyo internacional²¹, y tres décadas desde la conquista de los derechos políticos de las mujeres, alcanzada con peso de ley durante el gobierno de Juan Domingo Péron²².

18 Decreto 2446/1985. Séptimo párrafo.

19 Física matemática, su nombre aparece escrito con una eme o con dos: Ema/Emma.

20 Consejo para la Consolidación de la Democracia. (1986). *Reforma Constitucional. Dictamen preliminar del Consejo para la Consolidación de la Democracia*. Eudeba, pp. 15-19. Disponible en: http://www.derecho.uba.ar/academica/catedras_libres/pdf/reforma-constitucional-dictamen-preliminar-para-la-consolidacion-de-la-democracia.pdf (Acceso: 15/02/2023).

21 Palermo, Silvana A. (2012). “Los derechos políticos de la mujer”. En *Los derechos políticos de la mujer*. Los proyectos y debates parlamentarios. 1916-1955. Secretaría de Relaciones Parlamentarias y Universidad Nacional de General Sarmiento.

22 *Ley 13010 del Voto Femenino* (9 de septiembre de 1947). Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-13010-47353/texto> (Acceso: 15/02/2023).

Con la concreción del acceso a las urnas de las mujeres en 1951, no sólo se había dejado atrás la falsedad del voto “universal” de la Ley impulsada por el presidente Luis Sáenz Peña, que sólo consideraba a “*hombres nativos y naturalizados*”²³, sino que por primera vez en la historia nacional, las mujeres fueron candidatas a diputadas y senadoras. Desde el peronismo se planteaba la necesidad de “*una democracia integral*”²⁴, imposible de conseguir sin la participación de las mujeres en la vida política del país.

La efectivización de los derechos políticos propició, entonces, el empadronamiento de 4.222.467 mujeres, de las que votó el 90,32% (con más de la mitad hacia el peronismo, aún con la rutilante presencia de Eva Duarte), y cosechó para el Congreso Nacional 23 diputadas y seis senadoras. Un triunfo rotundo, sin dudas. Pero de corta duración. A fuerza de golpes de Estado y gobiernos conservadores el retroceso fue copernicano: “*El golpe dictatorial de 1955 (...) tuvo el objetivo de retrotraer la política al ámbito casi exclusivamente masculino. La participación política de las mujeres se redujo a un mínimo. En las elecciones del año 1958 que consagraron a Frondizi como presidente de la República (con el peronismo prohibido) el número de senadoras nacionales electas fue de cero y las diputadas nacionales electas fueron solamente cinco*”²⁵.

En 1983, la situación no mejoró tanto, en las elecciones democráticas de mayor relevancia luego de la dictadura cívico militar eclesiástica jurídica mediática y patriarcal, las diputadas que accedieron a una banca fueron 11 y las senadoras, tres.

Tal vez teniendo en cuenta ese contexto se comprenda mejor por qué cuando se debatió a mediados de la década del 80 cómo lograr “participación

23 *Ley 8871 de Elecciones Nacionales*. (13 de febrero de 1912). Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-8871-310143/texto> (Acceso: 15/02/2023).

24 Discurso del diputado Oscar E. Albrieu, Partido Peronista de La Rioja, entre 1952 y 1955.

25 Ciappina, Carlos. (11 de noviembre de 2022). *11 de noviembre de 1951: Se hace efectivo el voto de las mujeres*. Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. Disponible en: <https://perio.unlp.edu.ar/2022/11/11/11-de-noviembre-de-1951-se-hace-efectivo-el-voto-de-las-mujeres-2/> (Acceso: 15/02/2023).

popular directa o indirecta en las decisiones (...) inherente a todo gobierno democrático”, casi no se convocó a las mujeres ni se las escuchó. Y tal vez permita entender también por qué, aún hoy, a casi dos años de la sanción de la Ley 27635 de Equidad en la Representación de los Géneros en los Servicios de Comunicación de la República Argentina se argumenta que no se aplica porque carece de reglamentación.

El rol de los medios para la equidad

En aquellos años de la recuperación democrática mencionados, desde el COCODE se sostenía que *“el único modo de conocer hechos relevantes, de coordinar el comportamiento colectivo y de intervenir en el debate público es mediante los medios de comunicación”*, por ende *“la democratización del sistema de medios de comunicación (es la) precondition para la consolidación del sistema democrático”*²⁶. Leer el diagnóstico de entonces demuestra la ineficacia de las políticas tomadas hasta el momento, si de juzgar el cumplimiento del objetivo trazado se trata. Y evidencia la falta de perspectiva de género también a la hora de reflexionar en torno de esos sueños democráticos, desde el campo de la comunicación.

Recién dos décadas después, la Ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, impulsada por la presidenta Cristina Fernández, toma mucho del articulado propuesto por aquel proyecto de ley, como la creación de la Defensoría del Público, organismo especializado para recibir reclamos de las audiencias ante el incumplimiento de la legislación vigente, entre ellas, violencias contra las mujeres y diversidades. Desde esa Defensoría, entre 2012 y 2016, se estructuraron políticas públicas de inclusión ante el aluvión de denuncias sobre discriminaciones por géneros, tanto en programas periodísticos como en publicidades: se híper sexualizaba a las mujeres, se la reducía a roles domésticos, de cuidado maternal y se la recluía a la ignorancia.

Ante el número siempre creciente de reclamos, en 2014 se declaró el “Año de lucha contra la violencia mediática hacia las mujeres y la discrimina-

26 Op. Cit. P. 7.

ción de género en los medios audiovisuales”. Se realizaron talleres y espacios de concientización, de los que participaron miles de personas de todo el país, se construyeron de manera colectiva guías de tratamiento responsable sobre buenas prácticas, se publicó el libro bilingüe *Políticas Públicas de Comunicación y Género en América Latina*²⁷, entre otras líneas de acción que merecieron reconocimientos nacionales e internacionales. La labor se programó sobre incisos y artículos de la llamada “Ley de Medios”²⁸ inéditos en cuanto a proyectos de legislación anteriores. Por ejemplo, el inciso “m” del artículo 3, declara como objetivos de toda la radio y la televisión “*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 y orientación sexual*”. El artículo 70 especifica la obligación de “*evitar contenidos que promuevan o inciten tratos discriminatorios basados en el sexo y la orientación sexual*” (ambos sin reglamentar, aunque de actual aplicación) y el artículo 71 detalla que “*quienes produzcan, distribuyan, emitan, o de cualquier forma obtengan beneficios por la transmisión de programas y/o publicidad velarán por el cumplimiento de los dispuesto por la Ley de protección integral para prevenir, sancionar, y erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales (26.485)*”. La Ley 26743 de Identidad de Género, sancionada con posterioridad, sigue sin ser incluida, aunque a esta altura debería, ya que implica el reconocimiento de la identidad de género, el “trato digno”, de acuerdo con la identidad de género, y la identificación del modo que la represente, en los ámbitos privados y públicos²⁹.

27 Para conocer la fundación y labor de la Defensoría del Público entre 2012-2016 ver *Libro de Gestión mandato fundacional* en <https://defensadelpublico.gob.ar/wp-content/uploads/2017/05/Informe-2012-2016.pdf>. En cuanto al Año de lucha ver: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/resoluci%C3%B3n-32-2014-229535/texto> (Acceso: 15/02/2023).

28 Título coloquial con que se conoce la Ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual.

29 Ley 26743 de Identidad de Género. (9 de mayo de 2012). Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-26743-197860/texto> (Acceso: 15/02/2023).

La pregunta es ineludible, teniendo en cuenta que existe legislación vigente ¿por qué no se cumple? Peor aún, ¿por qué siquiera se conoce? ¿En cuántos medios se realizan encuentros, talleres, capacitaciones sobre las obligaciones de quienes comunican? ¿En cuántos ámbitos se enseñan? Estas falencias ¿se resolverían con la equidad en la representación de género en los medios? ¿Quién o quiénes garantizarían que sea con la incorporación de personas con enfoque de géneros y de derechos humanos?

La Ley 24012 de Cupo Femenino y la posterior 27412 de Paridad en la Representación Política cambiaron de manera definitiva el acceso de las mujeres a la vida político partidaria, pero es cierto que muchas de ellas perpetúan el patriarcado y todavía sigue intacta buena parte de la praxis machista de la toma de decisiones de la política nacional, que excluye a las mujeres y las diversidades. En el ámbito de la comunicación, ocurre algo similar con la utilización del lenguaje no sexista. La Unesco lo promueve desde el siglo pasado³⁰. En la Argentina, por lo menos de manera concreta desde 1988, aunque manifiestos anarquistas y socialistas del siglo XIX utilizan el desdoblamiento binario “compañeras y compañeros”. ¿Por qué todavía no caracteriza todas las formas de comunicación?

En junio de 1988, hace ya más de tres décadas, mientras los padres de la democracia se preguntaban cómo incluir a la ciudadanía, Lea Fletcher, directora de la revista *Feminaria*, dio cátedra de cómo eliminar el sexismo en el lenguaje. Escribió cuatro páginas de una vigencia extraordinaria. *“Dado que el castellano evolucionó en una cultura patriarcal, refleja actitudes que denigran o excluyen a la mujer”*, argumentó, y propuso modificarlo reconociendo que, si bien *“no es trabajo de un día”*, *“nos acerca más a nuestra meta de eliminar el sexismo*

30 Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (1999). *Recomendaciones para un uso no sexista del lenguaje*. Disponible en: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000114950> (Acceso: 15/02/2023).

en todas sus manifestaciones en la sociedad”³¹. Basta leer la mayoría de los diarios de la Argentina, escuchar la radio, prender la tele, navegar por las redes y recorrer sitios digitales para ver cuánto de la propuesta del siglo pasado en nuestras tierras ha logrado impregnar la forma de comunicar. Puede que la propia Fletcher explique los motivos en ese mismo artículo, donde razonó que *“liberar el lenguaje de la discriminación sexista es amenazante para ciertas personas en una sociedad patriarcal porque uno de los resultados sería un cambio básico en la estructura de poder de esa sociedad”*.

Y ya entrando en la tercera década del siglo XXI ese cambio en la estructura de poder parece encontrar oposiciones conservadoras, enraizadas en la vida cultural, política, económica, social y política con la suficiente potencia como para retrasar el avance. Es decir que una propuesta concreta, por más razonable que sea, y la aplicación de una norma por sí misma no pueden transformar las sociedades, es cierto. Pero no menos cierto es que las sociedades se transforman con cumplimiento de normas que se sustentan a su vez en transformaciones culturales constituidas por espacios de formación, sensibilización y concientización constantes y permanentes, como propone la Ley de Equidad que nos convoca.

Periodistas silenciosas o silenciadas

Concluido de manera anticipada el gobierno de Alfonsín, en plena década del 90, con el auge del “capocómico” Alberto Olmedo en las pantallas, entre cientos de periodistas y gráficos varones del diario La Prensa, cinco o seis mujeres periodistas se destacaban en el Archivo, la Sección Moda, la Sección Servicios y Cultura. En este último espacio, una de ellas hacía su tarea de manera silenciosa. O silenciada. Enriqueta Muñiz. Una mujer bajita y enigmática que casi no conversaba con sus pares de género. De modales suaves y silencios profundos. Tan profundos que la acompañaron hasta el día de

31 Fletcher, Lea. (Junio de 1988). “El sexismo lingüístico y su uso acerca de la mujer”. *Revista Feminaria*, N° 1, pp . 29-32. Disponible en: <http://tierra-violeta.com.ar/wp-content/uploads/2020/07/Feminaria01.pdf> (Acceso: 15/02/2023).

su muerte. Aunque se le preguntara si ella era la misma Enriqueta Muñiz que Rodolfo Walsh menciona en el prólogo de *Operación Masacre* como la persona que había realizado la investigación, ella lo negaba. Recién con la publicación del libro *Historia de una investigación. Operación Masacre de Rodolfo Walsh: una revolución de periodismo (y de amor)*, donde se reproducen sus escritos, se supo que era la misma mujer. Es que cuando la familia accedió a sus pertenencias encontró varios escritos, entre ellos, *Cuadernos de una investigación*, y sin saber qué hacer con ellos, se los entregaron al periodista Diego Igal, quien junto a Daniel Link, logró la histórica publicación. Se trata de un libro de lectura obligada, dado que en esas cientos de páginas se hace justicia a lo ocurrido y se cuenta una verdad mucho más completa que la de la hasta aquí obra basal del periodismo argentino.

En vida, en aquella redacción del diario La Prensa, “Ella” jamás lo reconoció. Pero lo dejó escrito para que hoy podamos reconocer su labor. ¿Cuántas investigaciones más fueron hechas por mujeres silenciadas o silenciosas? ¿Cuántas revelaciones periodísticas más tendríamos si las mujeres fueran incluidas y reconocidas? ¿De cuántas obras comunicacionales se priva el mundo porque las mujeres, trans, intersex, queer, no binaries no pueden acceder a los medios de comunicación?

Y en los medios en los que se intenta, ¿cuántas resistencias más se deberá atravesar? En el caso de la Radio y Televisión Argentina, la política pública decidida con la asunción de Alberto Fernández y Cristina Fernández se diseñó en torno de la equidad y el federalismo. Se creó la Dirección de Género y Diversidad, desde donde se articuló el *Protocolo de Prevención e Intervención ante situaciones de violencia y acoso laboral y/o en razón de género*, se concretaron capacitaciones en cumplimiento de la Ley Micaela, se comenzaron concursos con enfoque de género, se impulsó la incorporación de mujeres en espacios de toma de decisiones y en lugares donde nunca antes habían desarrollado su tarea profesional.

Se había recibido una pesada herencia en la materia. En 2019, la Televisión Pública además de ser el canal “*que presentó menor cantidad de fuentes de información explícitas y la menor cantidad de noticias*”, donde “*el tópico Policiales*

alcanzó el segundo lugar en importancia por primera vez desde 2013”, *“presentó el porcentaje más alto de participación de varones, el 77,2% en cuanto a presencia de columnistas, con ausencia de otras identidades de género”*³². Una televisión pública infundada, machista, policializada, con denuncias de censura y persecución sindical e ideológica, durante el gobierno de Mauricio Macri. Ni vestuario para mujeres había en la Televisión Pública en 2020.

Sin embargo, sólo dos años después, los resultados son evidentes. *“La TV Pública mostró mayor presencia de mujeres que el promedio general (39,7% frente al 27%)”*, *“en 2020 se destacó la reincorporación de la columna de Géneros”* y se sumaron *“columnistas especializadas en Política, Economía y Derechos de Pueblos indígenas”*³³.

Esa política de equidad en la representación de géneros encontró resistencias, sobre todo, en algunos sectores tradicionalmente ocupados por varones. *“¿Cómo una mujer va a trabajar en Carpintería si se tiene que tirar al piso para hacerlo?”*, le preguntaron a Rosario Lufrano, presidenta de RTA, cuando anunció que por primera vez en la historia del canal una mujer se sumaría al sector. Ya por entonces se había concretado la paridad de género en las contrataciones artísticas de Radio Nacional. Así lo sintetizó Lufrano, el 8 de marzo de 2021: *“En el 2019 teníamos el 33,8%, en el 2020 subimos al 43,33% y el 1,73% de compañeras o personas trans. Hoy son 48,61% y 1,74% las personas trans, y los varones no llegan al 50%. En la TV Pública tenemos una directora de cámaras, una carpintera, una compañera trans en la conducción del noticiero central, una comentarista en los partidos de la Selección de Fútbol y estamos buscando nuestras relatoras. Falta mucho, pero esto es el trabajo y el objetivo que nos hemos puesto desde aquel 20 de enero en que llegamos a RTA”*. Aún así, el año pasado, en el marco de las capacitaciones de la Ley Micaela un camarógrafo preguntó *“¿por qué*

32 Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual. *Monitoreos 2019 y 2020*. Disponibles en: <https://defensadelpublico.gob.ar/> (Acceso: 15/02/2023).

33 Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual. *Monitoreo 2021*. Disponible en: <https://defensadelpublico.gob.ar/> (Acceso: 15/02/2023).

los varones no tenemos un ministerio?”, mientras otro habría el micrófono de la plataforma virtual para eructar. Poco antes, otro empleado se había hecho filmar a las carcajadas mientras prendía fuego el protocolo de género y amenazaba: *“¿Sabés dónde te vamos a meter esto flaquita?”*.

¿Puede entonces una ley solucionar las desigualdades y discriminaciones estructurales desde el punto de vista social, económico y cultural comunicacional? ¿Se trata sólo de una ley? Sería un error pensarlo desde esa perspectiva. En realidad se trata de construir políticas públicas integrales, abordadas desde la interseccionalidad y la transversalidad, sostenidas en el tiempo. En definitiva, se trata de articular las voluntades de todos los sectores democráticos para despatriarcalizar, desmercantilizar y descolonizar. La Ley de Equidad de Géneros, con todas sus implicancias, no es una forma de empezar. Es una manera de continuar y profundizar.

En este 2023, a 40 años de la recuperación democrática, qué mejor que honrar la memoria de la verdadera participación ciudadana universal, de la equidad y la justicia social que reglamentar la norma y ponerla en marcha, también con el fin de reparar los daños causados por exclusiones, reparar con enfoque de género las desigualdades y violencias contra las mujeres y las diversidades. Qué mejor que por decisión política se arbitren ya los medios presupuestarios necesarios para darle cumplimiento “desde ayer” mismo.

Y, en el mientras tanto, qué mejor que en cada espacio comunicacional se observe, radiografié, se incorporen las experiencias y conocimientos de quienes antecedieron en la labor con enfoque de géneros, se identifique y honre sus nombres y trayectorias, se detalle cómo está integrado el medio, quiénes toman las decisiones, por qué. Se multipliquen las Editoras de Género y las Defensorías de Audiencias, del Público o de Lectoras y Lectores.

Qué mejor que articular la capacidad de formación e implementación de prácticas “simples” como el lenguaje no sexista, la elaboración de Códigos de Ética y cartas compromiso, siguiendo el camino histórico iniciado en las

radios y las televisiones públicas, donde se incluyen de manera específica buenas prácticas, lineamientos para la inclusión y mecanismos para darle cumplimiento, como obliga e impulsa la ley vigente de Servicios de Comunicación Audiovisual³⁴.

Qué mejor que realizar todo esto, si es que este año se pretenden celebrar cuatro décadas de democracia. Porque una democracia sin equidad de géneros no es democracia.

Cynthia Ottaviano es Doctora en Comunicación (UNLP), periodista multipremiada, docente UNLP/UNDAV, escritora y experta en derecho humano a la comunicación y derechos de las audiencias. Primera Defensora del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual (2012-2016) e impulsora de los Códigos de Ética de la televisión y las radios públicas (2021-2022). Directora del posgrado Comunicación y Derechos Humanos (UNDAV), fundadora y profesora titular de la Cátedra Unesco para la Comunicación Pública, la justicia social, los derechos humanos y el desarrollo territorial. Desde 2020 es Directora de RTA, Radio y Televisión Pública de la Argentina.

34 Ottaviano, Cynthia (dirección). (2022). *Los jueves a las 10. Así se hizo el primer Código de ética de la televisión argentina*. Disponible en (descarga gratuita): <https://ediciones.unq.edu.ar/642-los-jueves-a-las-10.html> (Acceso: 15/02/2023).

8. La Ley de Equidad de Géneros en los Medios no está reglamentada

Por Gabriela Pellegrini (Editora de Género y Diversidades de los Medios Públicos de Chaco)

A más de un año y medio de su sanción, aún no puede ponerse en vigencia la norma que busca igualar las oportunidades de personas de diversos géneros. Una buena reglamentación nos convertiría a todos, todas y todes en militantes de esta nueva arquitectura de los medios, despojada de todo etnocentrismo para reflejar a la sociedad tan diversa como es.

Las luchas de los movimientos feministas, y de otras expresiones de la militancia social, han logrado conquistas en diversos planos, como el legal, el judicial y el cultural, que nos permiten, por una parte, ver la dimensión de las injustas asimetrías arrastradas históricamente (en este caso específico, las de géneros), con la gran virtud de un progresivo cambio de paradigmas, muy visibles en terrenos como la cultura, el arte, el humor, la educación, e incluso las interacciones sociales.

Naturalmente, el proceso desarrollado hasta aquí tuvo asperezas, algunas reivindicaciones ganadas fueron y siguen siendo difíciles de internalizar en quienes ejercen el periodismo, factor colosal de creación y sostenimiento

de las pautas patriarcales, posiblemente una expresión de cultura de las que menos evolucionó en los últimos años. Superpoblados de masculinidad, los medios de comunicación de mayor consumo son, en términos de línea editorial, quienes salen a resistir la naturalización de los derechos ganados por diversidades, feminismos, colectivos varios, y en interesante medida, en la fila del banco y en los senos comunitarios y familiares.

Ahí es cuando el rol de las editoras profundiza en la revisión, dentro de las redacciones y producciones de contenidos, con el objetivo primordial de transversalizar la perspectiva de derechos humanos. Con ese norte, comenzamos a trabajar con los equipos hacia adentro de los medios. Atravesando un proceso de corrimiento de los preconceptos sociales y culturales que históricamente se habían enquistado en la tarea periodística, para aunar junto a los equipos, criterios básicos que son los que nos rigen dentro de cada redacción o en cada elaboración de contenidos.

Aunque suene a ironía, esa “falta de pudor” con la que se manejan los medios periodísticos más influyentes, es una de las razones de existir de la función de la editora de género en un medio de comunicación. En sintonía surge el rol de editora de género y rápidamente se constituye en una potente red que viene perforando ese inefable blindaje de machismos al servicio de sectores concretos del poder.

Así, es muy sólido el proceso iniciado por las editoras de género junto a los equipos, en cada realidad, de cada medio. En Chaco hacemos capacitaciones que muestran resultados muy interesantes. Hemos insertado en grilla de los tres medios públicos, columnistas a lo largo de la programación en vivo, micros, cuñas radiales, informes especiales en los diferentes contenidos, programas que abordan la temática de manera especial, entre otras acciones que nos permiten ampliar el espectro social y dar visibilidad a esa sociedad verdaderamente diversa.

Aunque no debemos ser ilusos de creer que solo con la intención, por más marco teórico, militancia y expertise que acompañe a una editora, ningun-

na de estas acciones fueran a ser posibles de concretar. Es estrictamente necesario el acompañamiento, desde la línea editorial y con financiamiento, del cuerpo directivo y mandos de toma de decisiones de cada medio de comunicación. De lo contrario, la función de una editora de género se ve reducida a un brillante espejismo para las exigencias de imagen.

Un horizonte de expectativas para el proceso de revisión

Cuando en junio de 2021, se dio la sanción de la *Ley de Equidad en la Representación de los Géneros* en los Servicios de Comunicación, surgió para las editoras, la posibilidad de una nueva herramienta que vendrá a afianzar la tarea que nos ocupa. En tanto sumar a las redacciones, conducciones o en diferentes roles de los medios, a personas diversas, significará un aporte incommensurable desde sus trayectorias e historias personales, hasta sus luchas colectivas que las han llevado a poner en valor la necesidad imperiosa de esta revisión que hoy se está dando en diferentes aspectos de la sociedad, ante la búsqueda de que sea más justa e igualitaria.

Y, comenzaríamos así, a aportar, desde los medios, pasos firmes para revertir estadísticas muy dolorosas como la expectativa de vida de las personas trans o travestis que no supera los 35 o 40 años, debido entre otras cosas, a la falta de oportunidades laborales en nuestro país. Condenadas históricamente a tareas muy mal remuneradas o de alta exposición.

La sanción de la Ley 27635 de Equidad de Géneros no sólo generó una gran expectativa para el rol de las editoras de género, sino que (esto resulta muy importante), elevó aún más el piso desde el cual pelear derechos aún no plenamente reconocidos, como la perspectiva de género y su abordaje en los medios.

Sancionada la ley, desde sectores periodísticos muy tangibles salieron a raspar sin disimulo, desvirtuando su espíritu, pero mostrando los dientes como raramente lo hicieran antes. No recuerdo haber visto una reacción tan airada, desde la discusión por la Ley de Medios.

Sería de Perogrullo mencionar que una buena reglamentación de esta norma nos convertiría a todos, todas, todes en militantes de esta construcción nueva en la arquitectura de los medios.

Abandonar el etnocentrismo en las miradas diversas es forzoso, indispensable. Una ley que propicia la incorporación de miradas en nombre propio, no en un crisol, sino en un mapa, en el que todas las diversidades se vean reflejadas en las publicaciones periodísticas. Que no se logra sólo con presencia al aire, sino también con el aporte de contenidos, miradas no hegemónicas, editando, filmando, titulando...en cada uno de esos roles, la diversidad es potente, de una potencia que seguramente se verificará en los hechos, más temprano que tarde.

Si sus aportes vienen a contribuir a la elaboración de contenidos atravesados por la visión de derechos y género, cuánto más aún signifique para las audiencias que conforman la sociedad, poder verse plenamente representadas, tan diversas como son, en pantallas, emisiones radiales y en redacciones. Conformando este, otro de los propósitos fundamentales que perseguimos en nuestra función como editoras de género y diversidades: que los medios representen a la sociedad tan diversa como es.

La Ley de Equidad de Géneros viene a corporizar el resultado de procesos de pensamiento que vienen fluyendo en distintas experiencias y que, en el caso de Chaco, tuvo una importante expresión en el lanzamiento de un Código de Ética de los Medios Públicos³⁵ –Chaco TV, Agencia FOCO y Radio Provincia del Chaco– construido de manera colectiva, con foros, presentaciones, y con un contenido que armoniza plenamente con la Ley Nacional, cuyo espíritu es el espíritu del rol de las editoras de género.

35 Pellegrini, Gabriela y Muleiro, Hugo. (2022). *Código de Ética Periodística de los Medios Públicos*. Medios Públicos de Chaco, Argentina. Disponible en: <https://chaco.tv/uploads/images/documentacion/6304daeb3066c453688592.pdf> (Acceso: 25/01/2023).

Este Código fue elaborado en plena consulta con los diferentes equipos de los tres medios, durante casi dos años y presentado en mayo de 2022. Entre sus cláusulas se indica que cada dos años debe ser revisado para estar a tono con los cambios sociales y culturales. Ya que entendemos que, como medios generadores de sentido social, debemos ir a la par de la evolución social y acompañar el crecimiento en el reconocimiento de derechos.

La reglamentación de esta ley es por lo menos necesaria para afianzar ese propósito en los medios públicos de Chaco, e imperiosa para la comunicación del país, en general.

Si bien tratados internacionales a los que Argentina adhiere, refieren a la necesidad de sostener una comunicación con perspectiva de género y derechos humanos, nos sigue faltando revisión en los medios.

Avances sustanciales en el reconocimiento de derechos, como la Ley de Equidad en la Representación de los Géneros en los Servicios de Comunicación deben ser acompañados por todos los medios de nuestro país, en tanto significan un camino sostenido hacia la igualdad y pleno desarrollo de las, les y los argentinos.

Gabriela Pellegrini es periodista feminista y Editora de Género y Diversidades de los Medios Públicos de Chaco desde marzo de 2020. Diplomada en Género (UBA), locutora y consultora en comunicación con perspectiva de Derechos Humanos y Género. Co-fundadora de la revista digital Proyecto Bohemia que actualmente co-dirige. Es integrante de la Red Argentina de Editoras de Género (REGA) creada a fines de 2021 con apoyo del Fondo de Población de Naciones Unidas (UNFPA).

9. Pueblos indígenas: recuperando la palabra y el uso de los medios de comunicación

Por Laura Méndez (Comunicadora Coya Omaguaca)

Los pueblos indígenas en Argentina vienen llevando procesos de recuperación de la palabra. Esa palabra negada históricamente como el hablar el idioma propio en diferentes espacios, no sólo el ámbito familiar o dentro de la comunidad, sino de sostener la lengua materna y asumir el desafío de expresar la propia mirada, en la sociedad envolvente y también en los medios de comunicación. Sostener la comunicación propia en el uso de los medios, es una forma de lucha como pueblos milenarios que resisten ante este silenciamiento impuesto, producto de siglos de colonización y de invisibilización de los pueblos indígenas, tanto en periodos de la colonia española, como en tiempos de la constitución del Estado argentino.

A fines del siglo XX los pueblos originarios logran diferentes reconocimientos como sujetos de derechos en Argentina, con la reforma de la Constitución Nacional en 1994, que en el artículo 75, inciso 17, reconoce su preexistencia étnica y cultural. Allí se menciona también que le compete al Estado garantizar el respeto a las identidades y el derecho a una educación bilingüe e intercultural, entre otros derechos como el reconocimiento de sus personerías jurídicas, sus territorios, la entrega de tierras aptas y suficientes a pueblos originarios desterritorializados; y a la vez garantizar

su participación en cuanto a la gestión de sus recursos naturales y en demás intereses que los afecten.

Los pueblos originarios acceden también a otros reconocimientos de derechos en marcos normativos internacionales como el Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) sobre Pueblos Indígenas y Tribales (1989) que menciona la importancia de que los Estados garanticen la participación de los pueblos indígenas, los cuales deben ser consultados en decisiones de políticas que los afecten. Este convenio fue aprobado por Ley Nacional 24074 en Argentina. En cuanto a lo comunicacional y al uso de medios, en su artículo 30, inciso 2, se plantea la necesidad del uso de los medios de comunicación de masas en las lenguas de los pueblos indígenas.

En la primera década del siglo XXI, se inician experiencias de comunicación indígena y uso de medios en distintas regiones del país. En la región noroeste y noreste de Argentina se implementan valiosas experiencias de participación de los pueblos indígenas en procesos de producción de contenidos comunicacionales para ser difundidos en diferentes medios –comunitarios, comerciales, alternativos–. Esto se logra mediante la Red de Comunicación Indígena (RCI)³⁶, que fue gestada por el Instituto de Cultura Popular y diferentes organizaciones indígenas, a las que se sumaron instituciones eclesiales y asociaciones civiles, algunas de ellas como la Federación Pilagá, las Organizaciones de Comunidades Aborígenes de Santa Fe (OCASTAFE), la Asamblea Pueblo Guaraní (APG), Pueblo Kolla, y la Comisión Zonal de Tierras de Pampa del Indio, entre otras.

La RCI logró articular con el Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO) y la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER), para difundir programas radiales realizados por comunicadores indígenas de Argentina. A la vez gestionó alternativas de difusión propias

36 Tuve la posibilidad de participar de este proyecto desde 2005 al 2010 como capacitadora y miembro del equipo técnico.

de sus producciones radiales en más de 140 radios comunitarias, comerciales y alternativas del país. Se difundía un programa radial por semana con una duración de una hora, y mensualmente se distribuía un boletín impreso denominado “Con la Voz de nuestra Gente”. Este proyecto se implementaba en cinco provincias: Chaco, Formosa, Jujuy, Salta y Santa Fé; donde dirigentes y comunicadores indígenas coyas, qom, pilagá, ava guaraní, wichi, moqoit, chane, tapiete, entre otros pueblos, comunicaban sus realidades, sus luchas, su cultura. Estas experiencias de comunicación indígena implicaron un proceso de formación de corresponsales y dirigentes indígenas para el uso de los medios de comunicación. El proyecto dejó de tener continuidad en el año 2010. Sin embargo, fue un precedente valioso para abordar la comunicación indígena desde los propios protagonistas pertenecientes a pueblos originarios.

Pueblos indígenas y Comunicación con Identidad, la lucha por medios de comunicación propios

En Argentina los pueblos indígenas tienen una historia reciente en cuanto a la participación y uso de medios de comunicación propios. En el 2005 mediante decreto del gobierno de Néstor Kirchner se autoriza la instalación y funcionamiento de la AM 800 WajZungun³⁷ que significa “palabra que circula” en idioma Mapudungun mapuche. Un medio radial reconocido como comunitario e intercultural que produce comunicación comunitaria con el aporte de instituciones y sumando la participación de organizaciones indígenas.

En 2009 los pueblos indígenas por primera vez participaron activamente en el proceso de brindar aportes al proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. En esos tiempos se hicieron debates respecto al

37 Medio digital Barilochense.com. (Sin fecha). “Ya emite ‘WajZungun’, la primera Radio AM MapuChe”. Disponible en: https://www.barilochense.com/bariloche-social/pueblomapuche/ya-emite-wajzungun-la-primera-radio-am-mapuche?-batch_start=1110 (Acceso: 01/02/2023).

derecho de la comunicación indígena y participaron representantes de comunidades, comunicadores y comunicadoras miembros de la Confederación Mapuche de Neuquén, OCASTAFE, Asamblea Pueblo Guaraní, Consejo de Cacique Guaraní, Federación Pilagá, Pueblo Kolla, Intertoba, Consejo de la Nación Tonokote Llutqui, Kereimba Iyambae, Unión de los Pueblos de Nación Diaguita, Organización Nacional de Pueblos Indígenas en Argentina (ONPIA), Coordinadora del Parlamento Mapuche de Río Negro, Comunidad Huarpe Guentota, Organización Ranquel Mapuche de La Pampa, Interwichi, y Mesa de organización de pueblos originarios de Almirante Brown; entre otros pueblos.

Esto fue un hecho histórico como lo menciona Magdalena Doyle: *“Fue en ese escenario en el que cobró presencia pública la problemática de las (im)posibilidades y modalidades de participación de los pueblos indígenas en el sistema de medios de este país. Un debate en el marco del cual dichos pueblos se posicionaron en tanto sujetos de derecho en materia de comunicación buscando diferenciarse de otros actores que luchan por ese derecho, por ejemplo, el sector comunitario, en función de especificidades vinculadas a la indigeneidad y a una historia de involuntaria inclusión en el Estado nación”*³⁸. En estos espacios de discusión se pretendía que los pueblos indígenas formaran parte del 33% de los medios sin fines de lucro, entre otras cuestiones. Esto generó un fuerte debate dentro de los pueblos originarios, que motivaron a que en *“ese mismo mes de marzo de 2009, un grupo amplio de comunicadores/as, dirigentes y organizaciones de distintos pueblos indígenas elaboraran y presentaran públicamente la ‘Propuesta de inclusión del derecho a la comunicación con identidad en el proyecto de ley de servicios de comunicación audiovisual’*”³⁹.

Una vez puesta en vigencia la Ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual en octubre de 2009, los medios indígenas que fueron autori-

38 Doyle, Magdalena. (2017). El derecho a la comunicación con identidad. Aportes de los debates indígenas en Argentina para pensar la noción de derechos a la comunicación. Revista Mediaciones N° 18, pp. 40 – 56. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6548231.pdf> (Acceso: 01/02/2023).

39 Doyle, M.. Op. cit. pp. 46.

zados corresponden al 33% de medios públicos no estatales, diferenciándose así del 33% de medios sin fines de lucro (radios comunitarias, alternativas sin fines de lucro). A la vez, se abrió un campo desafiante en relación a cómo efectivizar en los territorios la Comunicación con identidad.

Desde la aprobación de la ley, los comunicadores y comunicadoras indígenas que habían aportado a la propuesta del proyecto conformaron la Coordinadora de Comunicación Audiovisual Indígena Argentina (CCAIA), poniendo en disputa las políticas públicas a favor de la comunicación con identidad en los territorios. Es así que se logró realizar algunos talleres y espacios de formación en las propias comunidades para ir perfilando los propios saberes respecto a lo que cada pueblo o nacionalidad indígena considera como Comunicación con identidad. Estos procesos de construcción y fortalecimiento de la comunicación propia, sufren tensiones y desencuentros ante las estructuras estatales, sobre todo desde la modificación parcial de la ley SCA con el decreto 267/15 implementado por el gobierno de Mauricio Macri.

Los comunicadores de pueblos originarios definieron Comunicación con identidad⁴⁰ como un nuevo paradigma comunicacional basado en la descolonización en los procesos de comunicación y uso de los medios de comunicación, su construcción, contenido y desarrollo orientado con principios y valores de la comunicación propia de los pueblos indígenas. En ella se expresan cosmovisiones diferentes a la occidental, y que tienen características singulares: es circular, participativa, democrática y explícitamente colectiva. Se sustenta necesariamente en la identidad indígena, lo que la hace única e irreplicable separada de conceptos o modelos occidentales como comunicación comunitaria y/o intercultural, ya que cada pueblo originario va definiendo sus propias formas comunicacionales

40 Melillán, Matías, Chico, Juan y otros. (2012). Comunicación con Identidad: aportes para la construcción del modelo de comunicación en Argentina. Equipo de Comunicación de Pueblos Originarios del Instituto Nacional de Asuntos Indígenas (INAI).

basados en este principio⁴¹. La Comunicación con identidad interpela a la construcción de discursos que emergen desde los actores sociales protagónicos de los pueblos indígenas, sin intermediaciones o interlocutores, es la propia voz indígena la que se manifiesta en el uso de los medios de comunicación.

Los pueblos indígenas son desafiados a sostener la propia Comunicación con identidad. Desde 2011 al presente, más de 80 radios pertenecientes a distintos pueblos indígenas de Argentina obtuvieron autorización formal. Una de las primeras autorizadas y puesta en funcionamiento mediante la LSCA, fue la FM Pachakuti 89.9 Mhz, ubicada en Abra Pampa, provincia de Jujuy, perteneciente al pueblo coya, en el año 2011. Ese mismo año se pone al aire la FM Wiphala 89.9 Mhz, perteneciente al pueblo Ocloyas ubicada en Bárcena, Jujuy. En Salta se autoriza la FM Runasimi 89.9 Mhz perteneciente al pueblo coya en la localidad de Iruya. Con el transcurrir de los años se van realizando autorizaciones a FM Amaichas 88.7 Mhz del Pueblo Diaguita, en Amaicha del Valle, provincia de Tucumán; FM Mate Amargo 98.5 Mhz del Pueblo Mapuche en Los Toldos, provincia de Buenos Aires; FM Qadhuoqte 94.5 Mhz del Pueblo Qom en Rosario, provincia de Santa Fe, entre otras radios. Todas gestionadas y administradas por comunidades indígenas.

Un problema que presentan algunas de estas radios es que no están logrando la sostenibilidad programática y económica del medio, otras aún están en búsqueda de lograr financiamiento del Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual (FOMECA)⁴², o de otras entidades financieras, que les permita comprar el equipamiento necesario para poner en funcionamiento el medio. A ello se suma que varios comunicadores deciden hacer Comunicación con identidad en

41 Aportes de comunicadores y comunicadoras que integran la Coordinadora de Comunicación Audiovisual Indígena Argentina (CCAIA), la Agencia Nacional Indígena Argentina (ANIA) y el medio digital Originarios.ar.

42 El Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual (FOMECA) otorga subsidios que brinda el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) a medios sin fines de lucro y de pueblos originarios.

medios comunitarios, alternativos y comerciales. En la mayoría de los casos esta participación no es rentada. Las producciones se realizan ad honorem, o con búsqueda de apoyo financiero de entidades que generalmente ofrecen bajos recursos.

Ley de Equidad de Géneros y la urgencia de su reglamentación para que sea inclusiva

Son pocos los casos de comunicadoras indígenas que pueden vivir de su trabajo como periodistas indígenas. Es fundamental que se aplique la Ley 27635 de Equidad de Géneros en los Servicios de Comunicación para que haya mayor participación de comunicadoras indígenas en los medios públicos y privados.

La perspectiva de género en los medios de comunicación es necesaria y urgente, así como la reglamentación de la Ley de Equidad de Géneros. Cuando hablamos de la comunicación con identidad indígena, ésta requiere la participación de las mujeres indígenas, ya que de este modo se construyen otras narrativas en los procesos comunicativos en los medios, y se puede sostener una comunicación transversal e inclusiva con la participación activa de los pueblos originarios.

En nuestra Argentina hay más de 39 pueblos indígenas y las comunicadoras indígenas *por su condición de pertenecer a pueblos originarios* no ingresan a trabajar en los medios de comunicación comerciales y públicos. En general pueden ingresar a un puesto laboral en medios de comunicación *por su condición de profesional*, pero no así por ser mujer indígena.

En la actualidad no hay cupo para la mujer periodista indígena, por ende, se desdibuja su forma comunicacional propia que le permitiría sostener, en los medios masivos de comunicación, producciones en donde manifieste un discurso con perspectiva en pueblos originarios; con cosmovisión, espiritualidad, arte, literatura y distintas expresiones que son parte de un pueblo, ya sea wichi, coya, qom, diaguita, mapuche, pilagá, tapie-

te, tonocote o huarpe, entre otros tantos pueblos indígenas de Argentina que generalmente están invisibilizados en los medios. Las construcciones discursivas mediáticas poco espacio dan a las realidades de los pueblos indígenas, sobre todo a las situaciones de vida que tiene la mujer indígena. Hay pocos casos de periodistas indígenas en medios públicos⁴³ y privados, y sólo participan abordando temáticas de pueblos originarios en un tiempo reducido, como vemos esporádicamente en la TV Pública. Sus formas comunicacionales se mimetizan con las lógicas comunicacionales estandarizadas, lo que dificulta que puedan sostener la Comunicación con identidad según el pueblo al que pertenezcan. Y es mucho más complejo que la mujer periodista pueda participar hablando su idioma originario, en los medios de comunicación de Argentina, sean estos públicos o privados; no hay antecedentes.

En los medios de comunicación sostenidos por los pueblos indígenas o en medios comunitarios sin fines de lucro, si hay mayor participación de las mujeres periodistas indígenas y comunicadoras indígenas, que son quienes sostienen en sus producciones la lucha por la comunicación propia. Generalmente no hay relación contractual laboral de dependencia con estos medios, la participación en ellos es para sostener la lucha indígena, para visibilizar contenidos que expresen las realidades de los pueblos originarios, las expresiones de los feminismos comunitarios y decoloniales, las resistencias ante el patriarcado estructural vigente que genera opresiones y exclusiones. La batalla cultural se sostiene ante los racismos y exclusiones, bregando por mantener las palabras indígenas y la memoria colectiva de los pueblos originarios en estos medios.

43 Hay experiencias de comunicadores indígenas que trabajan en relación de dependencia –que cobran un salario– en medios de Radio Nacional, que ingresaron al medio público no por ser indígenas sino como profesionales de la comunicación. Hay un solo caso de un comunicador mapuche que ingresó a trabajar a Télam por ser comunicador indígena, pero no existen otros antecedentes.

La lucha del colectivo Red Federal por la Ley de Equidad de Género en Medios también exige que haya participación de la mujer periodista indígena en los medios públicos y privados, donde se permita desarrollar la Comunicación con identidad propia de los pueblos originarios y que la mujer indígena también pueda tener un ingreso salarial justo e inclusivo, con paridad y equidad de género para todos, todas y todes.

Laura Méndez es comunicadora del pueblo coya-omaguaca y promotora de la Comunicación con Identidad. Licenciada en Comunicación Social (UNC), integrante de la Coordinadora de Comunicación Audiovisual Indígena Argentina (CCALA) y del medio digital Originarios.ar. Conductora y productora del programa radial “Ser Protagonista” (desde 2011) que se emite en 15 radios indígenas y comunitarias de Argentina.

10. “La Ley de Equidad de Género será un espacio de lucha para el trabajo de periodistas travestis, trans y no binaries”

Entrevista a Casandra Sandoval (Periodista trans)⁴⁴

- En relación a diez años atrás, ¿identificás avances en el acceso de comunicadoras, comunicadores y periodistas travestis, trans y no binaries a los medios?

- En principio podríamos decir que sí, en la última década se ha dado un paso, al menos desde los medios públicos y comunitarios, para pensar e interactuar con el colectivo Travesti Trans y No Binarie (TTNB) en Argentina y comenzar juntas a transitar una experiencia de la comunicación que podríamos llamar comunicación inclusiva o comunicación con perspectiva de género o, lisa y llanamente, comunicación traba trans no binarie. Sin embargo, creo con mucha firmeza que hay muy pocas experiencias que dan cuenta de la inclusión laboral.

- Si bien son escasas de acuerdo a tu visión, ¿cómo han sido hasta ahora esas políticas de inclusión laboral en medios privados y en medios comunitarios?

- Todas las experiencias de nuestra colectiva surgen a partir de una necesidad básica o impulso inicial por acercarse a un medio y poder decir, poder

44 La entrevista fue realizada especialmente para esta publicación.

hacer, poder construirse comunicadoras trans, travesti, comunicadore no binarie, comenzar a tejer y desandar esta forma de producir y ejercer la comunicación en la Argentina que es absolutamente hegemónica y muy binaria. Pero la mayoría de las compañeras trabajan por el impulso propio y diría que el 90% de ellas sin recibir un sueldo por ese trabajo. No hay un reconocimiento mínimo económico posible y en todo caso se piensa que sus presencias se deberían dar aprovechando el reclamo que se sostiene desde las colectivas. Los medios inmediatamente... no digo que se aprovechan, pero redoblan esa instancia y dicen: *“Bueno, acá hay un espacio, vengan y digan lo que ustedes sienten, lo que ustedes quieren, cuenten sus realidades, armen sus programas”* o *“sumate como columnista a esta producción en particular”*. Cualquiera sea la emisora que te convoque, lo hacés porque sos militante, lo hacés porque sos activista, necesitás un medio donde contar tus problemáticas y acá lo tenés ¿no? Y muchas de nosotras caemos en esa convocatoria que, insisto, se enreda de manera muy confusa porque por un lado, es cierto que necesitamos –y en lo personal lo veo como un hecho sumamente importante– valorar que algunos medios de comunicación nos convoquen para poder contar nuestras propias noticias, para decirnos; pero por otro lado eso mismo nos hace caer en el trabajo precarizado, del que difícilmente podés salir.

- La situación que describís ¿se da por igual en todos los medios o hay diferencias en las formas de inclusión relacionadas con cada tipo de medio?

- Los medios masivos de comunicación, principalmente la televisión, tienen muy presente esto de ser [las personas TTNB], digamos, el espectáculo de ese programa. Es decir, la traba escandalosa que le pone una nota de color al programa o somos convocadas para hablar solamente de nuestras propias problemáticas. Que no está mal pero me parece que en un punto hay que también comenzar a desandar ese aspecto. Es decir, cuanto mucho podríamos participar en columnas y podríamos hacer columnas de nicho. Y en relación a los medios comunitarios, es cierto que su historia en Argentina –los llamemos alternativos, populares, contrahegemónicos o como hayan construido sus proyectos políticos comunicacionales–, abrazó diferentes luchas y una de ellas es la que tiene que ver con el co-

lectivo trava trans. Pero también lo hace de una forma muy particular y te diría que casi a paso de tortuga. Si hay algo que vengo planteando hacia el interior de la discusión. que se da muy pocas veces en asambleas o encuentros de los medios es ¿dónde estamos? En qué lugar nos encontramos dentro de esa telaraña que tejen los medios comunitarios a través de redes, de federaciones y confederaciones. Por lo menos yo conozco tres o cuatro redes federales con más de 100 medios adentro y si te ponés a hurgar, en la mayoría no estamos. Quizás estamos solo en un 10% de esos medios y cuando preguntás qué sucede hay un silencio en la respuesta, que creo que se desprende de no haber pensado o puesto en ejercicio la discusión de la inclusión de personas de sexo disidente, de personas específicamente de nuestro colectivo. En general entienden la problemática, abrazan la lucha, pero cuando hay que relatar o construir esas noticias, lo hacen hombres y mujeres cis heterosexuales. Es importante resaltar esto. Es contradictorio que por un lado se trace un paralelo de luchas y de las agendas que construyen los medios comunitarios y por el otro lado no estemos en su gran mayoría. Es algo que hay que desenmarañar, que hay que volver a tejer o tejerlo de otra manera. Quiero destacar también que quienes nos convocan en los medios comunitarios son las mujeres. Esto también es algo muy puntual, es lo que yo he vivido a nivel personal.

- La brecha salarial de género es de alrededor del 27%, pero es un dato binario, habla de personas cis. Con las personas travesti, trans y no binarias en los medios ¿se amplía por la precarización y la informalidad?

- Además de lo que comenté anteriormente, desde mi punto de vista vale la pena remarcar que esa brecha salarial es casi la misma pero tiene que ver con la rectificación de nuestro DNI. Pocas compañeras han accedido a un trabajo formal, a un contrato, y el Estado por ejemplo, no se fija en si somos personas sexo disidentes o somos personas de los colectivos travesti trans, se fija en si aparece la M o la F y efectivamente en mi documento, por ejemplo, aparece la F. Efectivamente en la diaria, en la realidad, nos está afectando ese 27% menos que cobran las mujeres, eso también nos pasa a las compañeras trans. Creo que ha pesado nuevamente el

binarismo dentro de la ley⁴⁵ y me parece que ahí hay una fuerte atizada de la mirada que tiene la iglesia en relación al tema. Al ver que la lucha estaba perdida al menos logró, con éxito, insistir en que si se rectificaban los datos se hacía solamente desde la F o la M y no desde la T por ejemplo. El “Decreto de Identidad No Binaria” tiene sus bemoles, son los puntos rojos que todavía nuestros colectivos no han discutido con profundidad y que Marlene Wayar viene planteando desde hace mucho tiempo, reclamando la T como identidad. Si yo observo qué es lo que gano mensualmente y lo comparo con lo que va a ganar un compañero, efectivamente gano mucho menos. Así que hay que cruzar ahí ese hecho significativo que tiene que ver con la rectificación de los datos, con la identidad autopercibida y con cómo nos lee el Estado.

- *¿Creés que la Ley de Equidad de Géneros en Medios, una vez reglamentada, mejorará el panorama para la inclusión del colectivo TTNB en los medios?*

- Creo que va a ser positivo que se reglamente la Ley de Equidad de Género en los Medios, pero de ninguna manera creo que pueda cambiar, al menos no en un futuro inmediato, el panorama para nuestra inclusión. Creo en todo caso que es una bandera más que quienes queremos trabajar y nos consideramos periodistas travestis trans y no binaries y que quere-

45 La Ley 26743 de Identidad de Género contempla, sin definir las, todas las expresiones de identidades de géneros autopercibidas. De acuerdo a la identidad autopercibida es posible actualmente en Argentina realizar la rectificación de las partidas de nacimiento de las personas en los Registros Civiles de cada zona del país. Sin embargo, el Decreto 476/2021 habilita solamente tres opciones de identidad de género: masculina (M), femenina (F) o no binaria (X). Esto produce un desfase con relación a las partidas de nacimiento rectificadas con otras identidades de género en los Registros Civiles que no responden a alguna de estas tres opciones establecidas para el Registro Nacional de las Personas (RENAPER). Esta problemática aún no resuelta origina muchas dificultades a la población travesti trans en los trámites formales que requieren acreditar identidad, o provoca lo que explica la entrevistada, que rectifiquen su Documento Nacional de Identidad con una identidad de género que no coincide totalmente con la autopercibida.

mos ejercer nuestras profesiones, trabajar en condiciones dignas, con todos los derechos, deberíamos tener para el ejercicio de nuestra profesión. Va a ser una bandera, un bastión que hay que asumirlo como tal para la militancia, un espacio más de lucha del que nos tenemos que agarrar y militarlo como sucedió con la Ley de Identidad de Género y la Ley de Matrimonio Igualitario. Estoy casi segura de que lo primero que va a suceder es una resistencia teñida de burocracia y de presupuestos recortados a propósito. Ya conocemos la realidad de los medios en ese sentido, cuál es la respuesta que tienen, ya sabemos en qué condiciones trabajan hombres y mujeres en los medios de comunicación de la Argentina y me parece que nosotres no vamos a ser la excepción. Me parece que van a surgir muchos obstáculos para que nuestras inclusiones se efectivicen. Habrá que observar qué sucede en cada caso. Lo que tiene que pasar, por otro lado, es que nos tenemos que preparar para que lleguemos a trabajar en un medio de comunicación con las mejores herramientas teóricas y prácticas que nos puedan brindar los espacios de formación y capacitación formales e informales para el ejercicio de nuestras profesiones.

- Llegamos a otro punto muy importante: la capacitación técnica y profesional que requieren los medios. ¿La falta de acceso de la población trans a la formación especializada podría ser un obstáculo para el cumplimiento de la ley?

- La idea de que se piense la falta de acceso a la formación como un obstáculo la van a instalar los propios medios masivos de comunicación de la Argentina. Al menos los medios comunitarios, alternativos, populares o cooperativos saben perfectamente que a la hora de incluir a una compañera, compañero o compañere a sus espacios, lo primero que tiene que suceder es la formación. Y para eso me parecen muy valiosas las herramientas que tiene la educación popular. Ahí hay una herramienta para poder nuevamente pensar cómo trabajar ese acceso a la formación. Cuando hablo de resistencia me parece que va a estar dada principalmente en los medios públicos y en los medios masivos y hegemónicos, la mayoría privados. Entonces tienen que suceder varias cosas, que les compañeres de todo el país pueden pensarse como comunicadoras, comunicadores,

periodistas travesti trans no binaries, por un lado. Y por otro, como faltan recursos para la formación, hay que buscar estrategias desde nuestros colectivos para que esto no sea pensado como un obstáculo. Darle una vuelta de tuerca. Tal cual lo plantea la Ley de Cupo e inclusión laboral. Si le estamos exigiendo al Estado que nos incluya, pero en paralelo nos forme, nos capacite para el ejercicio o para el cumplimiento de esa tarea, me parece que con los medios tiene que pasar exactamente lo mismo. Pero la realidad de los medios también tiene mucho de individualismo y capacitismo, lo que es absolutamente negativo para la experiencia de formación comunitaria que atraviesan nuestras experiencias. Ahí hay un choque muy fuerte, entonces se va a dar de todo.

- Una vez que se obtenga la reglamentación de la Ley de Equidad, ¿cómo creés que tendría que continuar la lucha por la inclusión de profesionales travesti, trans y no binaria en los medios?

- Son los primeros pasos, yo diría fundacionales, para repensar nuevamente la comunicación con esa identidad travesti trans. Se me vino a la mente un momento de la historia de los reclamos que tienen los diferentes colectivos en la Argentina. Cuando se aprobó la Ley de Medios me acuerdo que un gran sector de los pueblos originarios hablaba de comunicación con identidad. Ahí me parece que hay un click para reforzar. Pero también creo que nosotres, desde nuestro colectivo tenemos que aprender a reconocer el ejercicio de una comunicación o una profesión absolutamente machista, misógina, transodiante, instalada históricamente en los medios masivos de comunicación, cualquiera sea el medio. La mayoría de nuestras compañeras y compañeros todavía tienen como muy endiosados a los hombres y mujeres que trabajan en los medios masivos de comunicación y siguen considerando a esos medios como la palabra verdadera y real. No hay cuestionamiento desde nosotres, no hay todavía una crítica sólida hacia esa forma de hacer comunicación, a esa forma de decirnos, a esa forma de mostrarnos. No digo que nos pase a todes, creo que nos pasa a la gran mayoría, pero identificar ese aparato que atraviesa las prácticas de la comunicación en general en los medios es algo que tiene que suceder.

Casandra Sandoval es periodista trans, trabajadora radial desde 1995 (conducción, producción periodística, locución, entre otros roles) y corresponsal de la Agencia Sudaka TLG-BIQNB+. Se desempeña en el Instituto Nacional de la Agricultura Familiar, Campesina e Indígena (INAFCI) como responsable del área de Prensa y es responsable además del área de Prensa de la Delegación de Córdoba. Como técnica de territorio en la ex Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca colaboró en la fundación de la radio comunitaria La Voz del Pueblo Indígena en Tartagal, Salta. Diplomada en Comunicación, Género y Derechos Humanos por la asociación civil Comunicación para la Igualdad. Integra la FM 100.7 VillaNos Radio, de Carlos Paz, Córdoba, desde 2018.

11. Equidad de géneros en los medios, alumbramiento de un nuevo paradigma laboral

Por Majo Bernal (Satsaid)

La Ley 27635 de Equidad en la Representación de los Géneros en los Servicios de Comunicación nace, al igual que muchas otras leyes en nuestro país, por la inquietud de trabajadoras de diferentes ramas de la industria, quienes, observando la amplia diferencia entre mujeres y varones laborando en los medios, entendieron que esta brecha estaba ligada, como en tantas otras esferas de nuestra sociedad, a cuestiones de género, ya que es la única perspectiva desde donde se entiende la distancia en cantidad y calidad de puestos de trabajo entre unas y otros.

Tomando el promedio resultante del año 2021 con un 35% de mujeres y 65% de varones trabajando en las producciones nacionales⁴⁶, se hizo evidente la necesidad de crear, ya que el mercado no lo hacía naturalmente, una herramienta que fuerce la ampliación de oportunidades laborales para todas. Más aún cuando esta diferencia por género no solo se observa en el grueso número del total sino que se manifiesta ostensiblemente al comenzar a desagregar por funciones, responsabilidades y salarios, dando

46 Cunha da Cruz, Ana Rosa y Ciotti, Ana Carolina. (2021). *La industria audiovisual argentina desde una perspectiva de géneros*. Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA). Disponible en: <http://www.incaa.gov.ar/wp-content/uploads/2022/06/IIAADUPDG2022.pdf> (Acceso: 01/02/2023).

porcentajes referenciales del 19% de directoras u 11% de mujeres sonidistas, frente a un 88% del mismo género como vestuaristas, maquilladoras y peinadoras⁴⁷. Estos datos exponen que a mayor responsabilidad de mando y/o complejidad técnica operativa y con mejores salarios hay minoría femenina, en contraposición a aquellas tareas relacionadas con la estética y con menor retribución en donde crece el porcentaje de empleadas mujeres.

Frente a esta realidad las representantes del gremio que nuclea a las trabajadoras de televisión, industria líder en el servicio de comunicación audiovisual, decidió impulsar y acompañar esta norma de manera urgente. Marianela Mel, Secretaria de la Mujer del Consejo Directivo Nacional del Sindicato Argentino de Televisión (SATSAID) y a cargo de la Comisión de Género de la Multisectorial por el Trabajo, la Ficción y la Industria Audiovisual Nacional⁴⁸, asumió el compromiso de militar este proyecto que obtuvo sanción de ley el 10 de junio de 2021, hace ya más de un año.

El acompañamiento del proyecto tuvo dos facetas: política y operativa. Por la primera, se realizaron reuniones con representantes del Ministerio de las Mujeres, Género y Diversidades de la Nación y con las asesoras de

47 Saavedra Llamas, Marta, Herrero de la Fuente, Mercedes y Gago Gelado, Rocío. (2022). *Radiografía de la participación femenina en la industria audiovisual: de la rabia a la acción*. Revista Científica de Información y Comunicación N° 19, pp. 31-55. Disponible en: <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/141289/721-Versi%C3%B3n%20an%C3%B3nima-2893-1-10-20221229.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (Acceso: 01/02/2023).

48 Espacio integrado por organizaciones medulares de la industria como el Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina (SICA), el Sindicato Único de Trabajadores del Espectáculo Público (SUTEP), la Sociedad General de Autores de la Argentina (ARGENTORES), la Sociedad Argentina de Editores Audiovisuales (SAE), el Sindicato Argentino de Locutores y Comunicadores (SALCO), Directores de Obras Audiovisuales para Televisión (DOAT), la Asociación Argentina de Actores y la Sociedad Argentina de Gestión de Actores e Intérpretes (SAGAI), entre otras. Más información en: <https://multisectorialaudiovisual.org/> (Acceso: 01/02/2023).

la Senadora por la Provincia de La Pampa, Norma Durango, responsable de la presentación del proyecto en el Congreso de la Nación. En ambas reuniones se plantearon las necesidades concretas que veíamos y recepcionábamos como delegadas de las trabajadoras de los medios, así como los objetivos a corto, mediano y largo plazo. Por la segunda, se realizaron diversas actividades: encuentros regionales junto a la Defensora del Público Miriam Lewin, con referentes y trabajadoras de múltiples organizaciones comunicacionales como Claudia Acuña de Periodista Argentinas y funcionarias de medios públicos, con quienes se entrelazaron intereses y necesidades que terminaron de armonizar un texto que incluyó las capacitaciones en perspectiva de género, el uso del lenguaje inclusivo y estímulos para las empresas privadas. Paralelamente se realizó un spot audiovisual, cuya realización integral estuvo a cargo de Estela Cristiani, directiva de la asociación de Directores de Obras Audiovisuales para Televisión (DOAT) y de la Comisión de Género de la Multisectorial, para explicar y difundir la ley con estadísticas e información necesaria para su interpretación.

Una vez ingresado el proyecto en el Congreso de la Nación, Marianela Mel por el SATSAID y Guillermo Tello, Coordinador General de la Multisectorial Audiovisual, se reunieron con legisladores, principalmente de origen sindical, para transmitirles lo imprescindible de esta ley. Era esencial el entendimiento que debían tener sobre sus implicancias quienes dan el debate en el recinto, ya que esta norma no solo propicia el cambio en un mercado laboral masculinizado, hecho por sí sólo valioso, sino que también garantiza una mayor y mejor representación de nuestra ciudadanía en los medios de comunicación.

Para acompañar su reglamentación se crea en 2022 la Red Federal por la Ley de Equidad, espacio de militancia integrado por múltiples organizaciones, sindicales, ONG, académicas y agrupaciones indistintamente conformadas, donde aportando cada una sus habilidades y relaciones se han ido realizando diferentes actividades –reuniones, notas periodísticas, jornadas de difusión, campañas digitales, etcétera– para difundir y concientizar sobre la dimensión del avance social que esta ley implica.

La reglamentación y puesta en marcha de esta norma permite que se sumen más mujeres y diversidades a la producción audiovisual generando con esto un cambio sustancial del paradigma hoy vigente. Estas incorporaciones traerán distintas miradas y tonalidades en la producción de contenido. Mayor pluralidad en la factoría de los mensajes garantiza mejor representatividad. Situación que no se da en la actualidad puesto que un sector de la ciudadanía no está equitativamente representado y solo lo estará cuando quienes cuenten las historias –desde todas las responsabilidades que constituyen una obra audiovisual– también pertenezcan a ellas.

Estar frente a una pantalla es fundamental para ser visible, como también lo es estar detrás de ella. Lo mismo que pronunciarse frente a un micrófono o tener la responsabilidad de iluminar un set; porque cuando hablamos de ocupar espacios de trabajo nos referimos a desempeñar diversas funciones con diversos fines. Por ejemplo, operar una cámara es una tarea que a nivel periodístico registra un hecho, muestra una situación, toma un punto de vista, y en el terreno artístico permite componer un plano inquietante o una imagen que nos conmueva. Musicalizar un programa puede situar esa obra dentro de las emociones de la audiencia, y lograr que quede esa historia en el imaginario popular; y si todo eso es coordinado por una directora mujer, ésta puede tener otra decisión estética, una finalidad diferente de las que el público está acostumbrado a recibir.

Es tener con estas incorporaciones la posibilidad de definir, crear y transmitir un mensaje, una idea, un deseo, que nos incluya a todas, todos y todes. Esto logrará que a mediano plazo las producciones que se generan para la sociedad diversa en la que vivimos, hayan sido realizadas por una industria con una composición igual de variada e inclusiva.

Todas estas características de la Ley 27635 de Equidad de Géneros en los Medios, la convierten en una norma de *ganar-ganar* para las mujeres trabajadoras y para la comunidad en general, ya que habilita más puestos

de empleo en los medios de comunicación, estamento gravitacional en nuestra sociedad que no solo es replicador de información, sino también responsable de crear contenidos que definen en muchos aspectos las ideas de una época. Producir ficción, programas musicales, informativos, de entretenimiento y/o culturales es, en la actualidad, una poderosa usina de creación de sentido. Por eso es tan importante la perspectiva entre sus generadores. Las historias que contamos hablan del país que habitamos y de quienes lo integramos.

Como se muestra en este relato, en el recorrido de todas las instancias atravesadas por este precepto queda de manifiesto la importancia medular del trabajo y la organización de quienes están involucrados para lograr la concreción de este proyecto. Son estas mismas herramientas las que deberemos usar para lograr las incorporaciones al mercado laboral de quienes tienen el deseo, la necesidad y la capacidad para ocupar las vacantes que se irán generando.

Desde el Sindicato Argentino de Televisión, sabemos que es una ley que pone en cabeza de la negociación colectiva la posibilidad de su real cumplimiento. Bajo la dirección del Secretario General Horacio Arreceygor estamos trabajando y capacitándonos desde hace tiempo en todos los estamentos necesarios para asumir la responsabilidad que como dirigentes deberemos aplicar para defender esta norma con la que tanto nos hemos comprometido. Entendiendo que nuestra fortaleza se verá robustecida con las incorporaciones que esta ley promueve, con esa fuerza transformadora construiremos un futuro más próspero y brillante a sabiendas de que en nuestra sociedad hay lugar para todos, todas y todes; y es en conjunto como construiremos el futuro grande que esperamos y nos merecemos.

Majo Bernal es abogada, trabajadora de la Dirección de Género y Diversidad de Radio y Televisión Argentina (RTA S.E.), y Delegada del Sindicato Argentino de Televisión Servicios Audiovisuales Interactivos y de Datos (Satsaid). Integrante del Observatorio del Código de Ética de la TV Pública y de la Multisectorial Audiovisual.

12. El Sindicato de Prensa de Rosario y la Asociación de Prensa de Santa Fe por la reglamentación de la equidad

Por Alicia Simeoni (Sindicato de Prensa Rosario) y Cintia Mignone (Asociación de Prensa de Santa Fe)

El Sindicato de Prensa Rosario (SPR) y la Asociación de Prensa de Santa Fe (APSF), entidades sindicales que nucleamos a lxs trabajadorxs del sector en la provincia de Santa Fe e integramos la Red Federal por la Ley 27635 de Equidad en la Representación de los Géneros en los Servicios de Comunicación, nos expresamos en este capítulo por la necesidad de su pronta reglamentación. El texto aprobado en junio de 2021 por el Congreso Nacional comprende los servicios de comunicación en los términos de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA), tanto los que están operados por prestadores de gestión estatal, para los que el cumplimiento será obligatorio, como los de gestión privada, con o sin fines de lucro, sujetos al régimen de promoción. Las disposiciones de la Ley 27635 alcanzan a la totalidad de las personas que trabajan para un medio con inclusión de los cargos jerárquicos o de decisión: una oportunidad histórica para que el atraso y la exclusión comiencen a desandarse, para acceder a la palabra y a la tecnología, y no debe demorarse.

Dos emisoras de Radio Nacional, una en Santa Fe capital y otra en Rosario, Radio y Televisión Santafesina Sociedad del Estado con Santa Fe Canal, las emisoras del sistema universitario en las dos ciudades que son parte de la Universidad Nacional de Rosario (UNR) y de la Universidad Nacional

del Litoral (UNL), Unicanal de la UNR –que no está comprendido en la LSCA ya que es por plataforma de Internet, pero sí en la Ley de Equidad– y distintos medios municipales en territorio santafesino integran el sistema público que deberá adecuar sus procedimientos de selección de personal según lo dispone el artículo 11 de la Ley 27635. Para el caso del sector privado, con o sin fines de lucro, sujeto al régimen de promoción en tanto demuestre cumplir con al menos cuatro de los siete puntos citados en la ley, se abre un escenario que favorecerá el debate público y permitirá a nuestras dos organizaciones formular iniciativas colectivas que potencien las posibilidades actuales hacia la equidad, que viene con desventajas estructurales y siempre reclamada por las trabajadoras de prensa nucleadas en el SPR y la APSF.

Las dos organizaciones hemos avanzado en acciones políticas con perspectiva de género: somos firmantes del Convenio Colectivo que rige para Radio y Televisión Santafesina S. E. (RTS) y de un protocolo particular que incluye una licencia especial por violencia de género. Por otra parte, la APSF ya firmó en su convenio general la misma cláusula sobre la licencia por violencia y el SPR trabaja para que sea parte del acuerdo paritario de este año, mientras los dos gremios han logrado incorporar con el mismo carácter puntos relacionados con la igualdad de trato y oportunidades y contra la violencia laboral que incluyen el compromiso por la capacitación permanente. El *Protocolo de Prevención y Actuación en casos de Discriminación, Acoso y Violencia por Razones de Género contra Mujeres y Personas LGBTIQ+ en el Ámbito Laboral*⁴⁹ del SPR da cuenta de ello, al igual que el *Protocolo de Actuación ante casos de Violencia de Género hacia las Mujeres y Disidencias*⁵⁰ de la APSF.

Tanto en Rosario como en Santa Fe se pudo llevar adelante capacitaciones en Ley Micaela en el sector privado y debates para pensar en la respon-

49 Sindicato de Prensa de Rosario. (2019). *Protocolo de Prevención y Acción en casos de Discriminación, Acoso y Violencia por Razones de Género en el Ámbito Laboral*. Disponible en: <https://www.spr.org.ar/noticia.php?id=1208-Protocolo-de-Prevencion-y-Accin-en-casos-de-Discriminacin,-Acoso-> (Acceso: 31/01/2023).

50 Asociación de Prensa de Santa Fe. (2019). *Protocolo de actuación ante casos de violencia de género hacia las mujeres y disidencias*. Disponible en: <https://www.apsf.org.ar/protocolo-por-medios-sin-violencias/> (Acceso: 31/01/2023).

sabilidad social que nos cabe como trabajadorxs de prensa en una comunicación y periodismo con la impronta de derechos humanos. Cada paso es importante porque nos posiciona con mayor compromiso en conocimiento de las desigualdades y discriminaciones que existen al interior de cada uno de los medios de comunicación. La igualdad de género es parte de las mejores y más justas construcciones de la humanidad y hacia ella nos orientamos.

Santa Fe Canal es parte de RTS y fue creado por la ley provincial 13.394 de diciembre de 2013. Cuando se reglamente la Ley de Equidad, RTS deberá adecuar su estatuto, tal como explicamos en el segundo párrafo. Y que todo se inicie desde la producción, para encontrarnos, de forma progresiva, con narrativas tan distintas como lo somos las personas, protegiendo, de manera justa, la diversidad sexogenérica. Entonces, con el criterio de equidad, quedará puesta en el centro de la escena la generación de contenidos desprovista de encasillamientos o asignaciones temáticas relacionadas con la supuesta mayor inclinación y pericia para educar, contener y brillar, atribuidas a nuestra condición de mujeres o disidencias.

Sabemos que faltamos en los medios y que se debe saltar una carrera de obstáculos cuando se logra avanzar algún casillero para ser protagonista de esas nuevas oportunidades, del acceso al trabajo que nunca se había tenido. De ahí que importe tanto el compromiso de los gremios, de las comisiones directivas como de lxs delegadxs para proteger oportunidades y logros. Para trabajadorxs de prensa el encuadre es siempre el que proporciona el Estatuto del Periodista Profesional Ley 12.908 y los convenios colectivos vigentes. Este marco es el que también se verá beneficiado por la adecuación a la Ley de Equidad. Será un gran avance como política de Estado para garantizar la pluralidad de voces en los términos de los artículos 13° y 14° de la Convención Americana de Derechos Humanos – derechos de quien informa y de quien es informado–.

Un aspecto importante a señalar: el acceso a los puestos de trabajo que resuelven las empresas de la comunicación, sin cumplir con ningún pa-

rámetro relacionado con la equidad y la responsabilidad social, es el primer gran escollo a sortear para mujeres y disidencias. Luego, y en relación con las leyes que nos protegen, corresponde señalar que no hay diferencias salariales entre varones y mujeres en virtud del Estatuto y los convenios, pero sí soportamos el llamado techo de cristal –no se puede acceder a puestos jerárquicos o decisorios–, y las paredes de cristal –tampoco accedemos a funciones o secciones que desde siempre son ocupadas por varones: allí están los columnistas en economía, en política, los camarógrafos y también la sección fotografía o deportes a la que sólo en los últimos años se incorporaron algunas compañeras.

Los testimonios tienen el valor de las vivencias e informaciones de primera mano. Y nada mejor para contar realidades. Decidimos incorporar cuatro, de personas que trabajan en medios públicos, ya que estas empresas serán las que de una manera u otra marquen un sendero para emular. Así es el punto de vista que brinda Nadia Valdebenítez, trabajadora en Santa Fe Canal e integrante de la comisión directiva del SPR. Valdebenítez recuerda que Radio y Televisión Santafesina (RTS) fue creada para plasmar federalismo y pluralidad de voces en la provincia, como señalaba su slogan: *“un canal, todas las voces”*. Y dice que la historia y la realidad santafesina debe estar reflejada *“desde adentro por un colectivo diverso, por aquellas personas que por primera vez accedan a un puesto de trabajo con igualdad de oportunidades”*. El canal público santafesino cuenta con 29 trabajadorxs en el área de Prensa en Santa Fe (10 mujeres, 19 varones) y 10 en Rosario (3 mujeres y 7 varones, sin personas de las disidencias). Valdebenítez también explica que *“una verdadera inclusión debe abstenerse de acudir a bolsones temáticos para dejar por fuera las tareas de conducir, de ser columnistx en economía o política, por el contrario, tiene que ser posibilitadora para desplegar todas las potencialidades”*. Y agrega: *“Además, aunque el texto legal no hace referencia directa, sería importante poder cuestionar los roles tradicionales y los estereotipos que diseñan los perfiles estéticos que deben tener las mujeres que ocupan algún lugar en las pantallas”*.

Directoras por la equidad

Las dos emisoras de Radio Nacional ubicadas en Rosario y en Santa Fe cuentan hoy con directoras mujeres, Silvia Saavedra y Mariana Steckler, respectivamente. Ambas tienen la responsabilidad de la conducción que tradicionalmente fue ocupada por varones y un fuerte compromiso para avanzar en que la perspectiva de género y diversidad atraviese los contenidos de las emisoras.

Silvia Saavedra tiene confianza en que la reglamentación saldrá y que *“vendrá para avalar las transformaciones que ya iniciamos y que de hecho se dan a nivel social y cultural con el protagonismo del movimiento de mujeres y disidencias con anclajes en multiplicidad de organizaciones”*. La planta estable de Radio Nacional Rosario Roberto Fontanarrosa está compuesta por 16 varones, 9 mujeres y 2 compañerxs de la diversidad, según los datos que suministra la misma directora que desde que llegó –señala– *“tuve la preocupación por que la temática de géneros tenga un espacio propio que es ‘La siesta jugada’, el programa que conduce Sonia Tessa, pero la perspectiva debe atravesar las entregas de toda la programación. De ahí la necesidad de trabajar con los varones, con todo el personal para que haya un uso apropiado del lenguaje que llegue a la audiencia. Y más allá de que no haya un convencimiento homogéneo, sí hay una línea respetuosa al aire. Por otra parte, es importante que estemos hablando del rol del Estado, ya que es el Estado el que regula, el que marca y ordena hacia la indispensable equidad con la perspectiva de diversidad sexual”*.

En la actual gestión Radio Nacional Santa Fe incorporó bajo la modalidad de contrato a varones, mujeres y a una mujer trans. Mariana Steckler afirma que *“insertar mujeres y disidencias en un medio de comunicación público resulta amplificador y ejemplificador para el resto de los medios de comunicación. Luego vienen los detalles que dejan de serlo cuando se transforman en costumbre y con posibilidad de permanecer, sea cual sea la gestión: insistir en participar de las capacitaciones en Ley Micaela, elegir voces de mujeres y disidencias a la hora de entrevistar y pasar música, reclamar cuidado en las palabras y discursos que deci-*

mos al aire para evitar chistes sexistas, divulgación de estereotipos, etc. Aún queda el desafío de contribuir a desnaturalizar roles, por ejemplo, periodistas deportivos y operadores han sido siempre varones”.

En ese sentido es trascendente el testimonio de Querelle Dellage, compañere del colectivo trans que después de varias incursiones en distintos medios de la ciudad hoy es una trabajadora de prensa con un contrato en Radio Nacional Santa Fe. Recordemos que la Ley de Equidad asigna un 1% del total de lxs trabajadorxs a personas travestis, transexuales, transgénero e intersex. Querelle Dellage remarca que su convocatoria a la emisora fue por su voz, más allá del cupo laboral travesti-trans. *“Había alguien que se interesaba en lo que yo podía decir, y hacerlo con la libertad de no encapsularme”.*

Este es el gran desafío que tiene también la Ley de Equidad: no sólo la presencia de mujeres y diversidades en los medios, es qué hacemos, sobre qué hablamos. Dice Querelle: *“Yo venía con un árbol genealógico en la comunicación, pero específica, enfocada en transgénero, como podía, como me salía, era traducir lo vivencial al éter. Eso también te lleva a pensar en no quedar atrapada en el ghetto de la representatividad, porque el discurso androcentrista necesita que una travesti-trans hable de lo travesti, de lo trans, o sea que no hable de política, de cine, de arquitectura. Siempre el ghetto, el encasillamiento del otro hacia nuestras identidades”.* Tanto la Ley de Cupo⁵¹ como la Ley de Equidad en la Representación de los Géneros en los Servicios de Comunicación *“vienen a reparar, a hacer justicia y sobre todo para nuestras identidades es la noción más cercana a la libertad, porque tiene que ver con la libertad económica, esa es la principal libertad y eso implica muchas cuestiones, sobre todo para mi generación”*, asegura Dellage.

Nuestra elección en este capítulo fue la de trabajar y dar voz a compañerxs que están en los medios públicos. Es indispensable que la equidad se

51 Ley 27636 de Promoción del Acceso al Empleo Formal para Personas Travestis, Transexuales y Transgénero “Diana Sacayán - Lohana Berkins”. Sancionada el 24 de junio de 2021.

cumpla, que se apliquen sus disposiciones. El Estado en sus distintos niveles tiene que señalar el camino desde el que se podrá abordar con mejores chances, la experiencia hacia conquistas en el terreno del sector privado, con y sin fines de lucro. La realidad que encarne el sector público puede convertirse en un ejemplo de buenas prácticas que sin dudas tendrá su atractivo. Por eso decimos que la reglamentación debe ser YA!

Alicia Simeoni es Secretaria adjunta del Sindicato de Prensa Rosario (SPR), donde además integra la Comisión de Libertad de Expresión y Formación Profesional. Licenciada en Comunicación Social, periodista de Rosario/12 (Página/12) y docente universitaria (Política y Derecho a la Comunicación) de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario (UNR).

Cintia Mignone es Secretaria adjunta de la Asociación de Prensa de Santa Fe (APSF). Licenciada en Comunicación Social, diplomada en Género y Derechos Humanos, Secretaria de Género de la Federación Argentina de Trabajadores de Prensa y trabajadora de Radio Nacional Santa Fe. Es autora de “Del apostolado al sindicalismo. Una historia de los gremios de prensa de Santa Fe” y “Pararon las rotativas. Periodistas y gráficos contra El Litoral”.

13. Ley de Equidad en Medios: los sindicatos son la herramienta para afrontar el desafío de su implementación

Carla Gaudensi (FATPREN) y Micaela Polak (SiPreBa)

Muchos oficios que requerían varones forzudos, ahora puede practicarlos cualquier persona, gracias a la tecnología. El ejemplo más usado como sinónimo de trabajo y de esfuerzo es el de “hombrear bolsas en el puerto”. Claro, hombrear (que significa *cargar bolsas sobre los hombros*, pero que suena mucho a *hombre* también) requiere de una fuerza que no cualquier cuerpo tiene. Lo cierto es que hoy es raro ver a alguien hombreando en el puerto o en cualquier lado porque las grúas y vehículos de carga llegaron a salvar las espaldas de estibadores en todo el mundo. Y no solo eso, sino que los avances tecnológicos abrieron el oficio a cuerpos que no tienen porqué desbordar en músculos. Podemos ver que aquella división sexual del trabajo que se originó con la sociedad misma encontró, en contados casos, algún vericuetto explicativo en la Modernidad (que convino olvidar durante las guerras que llenaron las fábricas de “amas de casa” –aun cuando no existían máquinas tan amables como las de ahora, que pueden operarse apretando un botón– que después tuvieron que volver a sus cocinas). Entonces, la ausencia de mujeres cis y trans y de todas las diversidades en las actividades que nada tienen que ver con lo físico, solo puede explicarse con el patriarcado, socio fundador del sistema capitalista.

En los medios de comunicación no hay ni hubo nunca justificativo para la repartija de tareas según el género de sus trabajadorxs. ¿Qué podría determinar que la información y opinión sobre economía, por ejemplo, fuera brindada por varones, mientras que los chismes sobre la farándula fueran exclusivos de las mujeres y algunas diversidades? Ni siquiera en las herramientas técnicas que se utilizan encontramos algo que dificulte que cualquier tarea pueda ser llevada a cabo por cualquier persona. Sin embargo, los roles asignados en los medios siguen siendo –en la tercera década del siglo XXI– heteronormativos a ultranza.

No podemos hablar del trabajo de travestis y trans en los medios de comunicación porque su representación no alcanza el 1%⁵². A pesar de la sanción de la Ley de Cupo Laboral Travesti–Trans⁵³, ni siquiera en los medios de gestión pública se cumple ese mísero porcentaje. Sí se ha avanzado paulatinamente en la conquista de espacios por parte de las mujeres cis y algunas disidencias. Desde las pioneras en prensa en la primera mitad del siglo XVIII⁵⁴ hasta hoy, hemos recorrido un largo camino. Ahora hay baños para mujeres en las redacciones (porque hasta hace

52 Las cifras del presente capítulo tienen como fuente la *Encuesta Integral SiPre-BA 2022*, disponible en <https://www.sipreba.org/wp-content/uploads/2022/06/SiPreBA-Encuesta-integral-2022.pdf> (Acceso: 02/02/ 2023). Si bien se basa en el universo que comprende la Ciudad de Buenos Aires y algunas zonas aledañas, los intercambios con sindicatos de todo el país indican que pueden tomarse como referencia para el resto de los medios de la Argentina.

53 La Ley N° 27636 de Acceso al Empleo Formal para personas Travestis, Transsexuales y Transgéneros “Diana Sacayán–Lohana Berkins” establece un cupo mínimo de 1% de los cargos y puestos del Estado Nacional para esta población. Su objetivo es que travestis y trans puedan acceder a un trabajo formal en condiciones de igualdad.

54 Recomendamos el podcast “*Mirá cómo nos contamos*”, que fue el ganador del primer concurso Nuevas Narrativas organizado por el SiPreBA y que puede encontrarse en: <https://open.spotify.com/show/6ypyIwNGmsLC4LGSM8MShO> (Acceso: 02/02/2023).

no mucho tiempo no había y, ahora que logramos tenerlos, pensamos que siguen siendo vetustos por lo binarios), pero todavía rigen muchos de los mandatos heteropatriarcales en los medios. No solo en tanto roles, como los que mencionamos arriba, sino en cuanto a números: en los medios de comunicación autogestivos, privados y públicos, el 43,8% son mujeres cis y 0,7% disidencias⁵⁵. Este porcentaje de mujeres fue creciendo a lo largo de los años. Sin ir más lejos, en 2021, el 38,6% éramos mujeres y disidencias. Pero si ponemos la lupa en dónde nos encontramos, vemos que las mujeres somos más en las ramas con peores condiciones laborales. Todo eso pese a que en las carreras de comunicación vemos un enorme porcentaje de feminidades, pero eso no se refleja luego en los puestos de trabajo. Es más, se invierte la proporción. En radio y en prensa escrita, el porcentaje de mujeres es mucho mayor que en televisión, donde hay mejores salarios y donde más se respetan los convenios y estatutos. La feminización de las redacciones no termina de ser, entonces, una buena noticia.

Y si bien en televisión los salarios y condiciones laborales son mejores que en el resto de las ramas de la actividad, sucede que en la pantalla hay una exigencia respecto de la imagen muy dispar comparada a la de los varones. Las mujeres al aire debemos lucir delgadas y jóvenes (no se cuestionan las canas de un varón: pueden verse incluso como signo de experiencia). Seguimos viendo cómo en los canales se estila todavía la imagen de una pareja hetero para presentar las noticias. Y seguimos viendo la división sexual del discurso: suele ser la mujer la que generalmente propone la información “blanda”, mientras que el varón es quien comenta sobre política o economía.

Sabemos que los medios producen y reproducen cultura. Entonces, las situaciones descritas tienen más consecuencias de las que se ven a sim-

55 Sindicato de Prensa de Buenos Aires. (2022). *Encuesta Integral SiPreBA 2022*. Disponible en <https://www.sipreba.org/wp-content/uploads/2022/06/SiPreBA-Encuesta-integral-2022.pdf> (Acceso: 02/02/2023).

ple vista. Si vemos solo mujeres espléndidas hablando de temas triviales; si las voces femeninas que escuchamos en la radio son las que presentan el estado del tránsito o del clima; si cuando abrimos un portal o un diario, leemos notas de mujeres sobre moda o belleza o, en el mejor de los casos, sobre géneros⁵⁶, el mensaje es fulminante para las audiencias. En este mismo sentido, no vemos en los medios –sobre todo en las grandes ciudades– distintos colores de piel, distintas tonadas o cuerpos diversos. La gordofobia es norma en los medios, tanto en televisión, como también en imágenes que se muestran en los distintos medios digitales y en papel y en las voces que escuchamos por la radio.

Todo esto es lo que vemos en pantalla, recibimos por los parlantes o leemos en los medios digitales e impresos. Pero también se reproduce esta lógica en el detrás de cámara, en el fuera de aire, en las redacciones. Es muy difícil para las mujeres y disidencias acceder a lugares de decisión o a puestos técnicos. Muchas veces, la excusa es que a las convocatorias para esos puestos no se presentan las mujeres. La explicación es que muchas veces no tenemos posibilidades, por la formación requerida o por el tiempo que podemos dedicarle a la tarea. Somos las mujeres –en la mayoría de las actividades de la sociedad, por no decir en todas– las que llevamos adelante las tareas de cuidado en nuestros hogares. En la mayoría de las empresas periodísticas no hay guarderías ni licencias por motivos de género. Claro que existen –para el caso del trabajo registrado– las licencias familiares de las que gozamos todas las personas en relación de dependencia. Pero no se fomenta que los varones hagan uso de esas licencias y así se puedan repartir las tareas de cuidado y también el trabajo formal. Entonces, a la precarización laboral que impera en los medios –donde muchas necesitamos dos o tres trabajos para alcanzar el monto de la canasta básica familiar– se le suma también la de tener que atender los requerimientos de nuestros hogares, el

56 La cobertura en materia de géneros es fundamental, pero debemos apuntar a que la perspectiva de género atraviese todos los discursos que se emiten desde los medios. Eso requiere formación y compromiso de las empresas y de sus trabajadores, para que deje de ser un reducto de las feminidades.

cuidado de personas mayores y menores. Todo suma a la flexibilización a la que nos vemos sometidas. En este sentido es importante destacar que el 24% de las mujeres que trabajan en medios tiene salarios inferiores a los de sus compañeros varones que ejercen la misma tarea.

Hasta aquí el diagnóstico, que podría leerse también como nuestra necesidad de organizarnos. Porque sabemos que hay excepciones a todo lo descrito, pero esas excepciones se lograron gracias a la organización sindical y a la lucha colectiva. Ninguna compañera que esté al frente de un espacio periodístico, en una columna que no le *pertenezca* normativamente o que logre romper con alguno de los estereotipos dictados por los medios de comunicación, está ahí por sí misma. Hemos logrado mediante la lucha imponer algunas reivindicaciones. Hemos conquistado muchos de nuestros derechos de hecho y muchos a través de leyes. Pero bien sabemos que una vez sancionadas las leyes, debemos hacerlas cumplir y ahí vuelve a pesar nuestra organización y nuestra militancia en los lugares de trabajo. Los convenios colectivos de trabajo requieren sindicatos fuertes con mucha participación para hacerlos valer en las empresas periodísticas. Tenemos claro que depende de nosotres –de nuestra participación y de nuestra conciencia de clase– garantizar que las leyes se cumplan.

Solo a modo de ejemplo, en los últimos meses el sindicato de trabajadores de prensa de Córdoba, Cispren, viene llevando adelante una serie de reclamos ante el Ministerio de Trabajo provincial para que Cadena 3 cumpla con la incorporación de capacitaciones y protocolos a los fines de garantizar un ambiente laboral libre de violencia, tal como lo establece el Convenio 190 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). La pelea por la aplicación de la norma ante un organismo regulador es posible gracias a la organización de lxs trabajadorxs del medio, que pudieron denunciar junto al sindicato diferentes violencias contra sus trabajadoras, llevadas adelante por el propio director de contenidos de la empresa.

Estamos empezando a torcer un destino impuesto por sindicatos burócratas que con su desidia dieron a los dueños de medios la excusa para

señalar como obsoletos los convenios colectivos. Nuestra actividad sí se transforma con las nuevas tecnologías y queremos plasmar ese hecho en nuestros salarios y condiciones laborales. Porque si no podemos defender nuestros derechos básicos y nuestra organización como trabajadores, es imposible que podamos transformar la situación de mujeres y disidencias en los medios de comunicación. Y así como ganamos derechos de hecho, también sabemos que hay normas que muchas veces son más fuertes que las propias leyes.

Para neutralizar las normas que nos violentan, también logramos una ley. Con mucho debate previo para enriquecerla, en junio de 2021 se sancionó la Ley 27635 de Equidad en la Representación de los Géneros en los Servicios de Comunicación de la República Argentina. Esta norma instaura un régimen obligatorio de respeto a la equidad de género para los medios públicos y propone incentivos para los medios privados que impulsen políticas de igualdad en cargos, establezcan un protocolo para prevenir violencias en el ámbito laboral⁵⁷ y capaciten al personal en prácticas de respeto a la diversidad, la no discriminación y la igualdad. A los grandes medios nos les gustó: dijeron que la ley venía a imponer el lenguaje inclusivo, que era antidemocrática porque recortaba la publicidad oficial a quienes no la cumplieran, que pretendía que se despidieran varones para equiparar los géneros. Nada de esto es cierto, sólo es verdad que les molesta la intervención estatal (salvo cuando reciben el dinero de la pauta).

El problema es que la Ley de Equidad en Medios se sancionó, pero pasó demasiado tiempo sin que tuviera su reglamentación. Por eso, distintas organizaciones –sindicatos nucleados en la Federación Argentina de Trabajadorxs de Prensa, carreras de comunicación y periodismo de distintas universidades nacionales, el Sindicato de Televisión y agrupaciones pro-

57 Desde los sindicatos, hemos logrado implementar protocolos en varias empresas. Es una experiencia que venimos desarrollando y que sabemos perfectible. La ley la torna obligatoria para los medios públicos de todo el país y la sugiere para los de gestión privada.

fesionales– construimos la Red Federal por la Ley de Equidad en Medios. Es urgente la implementación porque se siguen vulnerando nuestros derechos en las empresas privadas y públicas, y también en los medios autogestivos, donde la equidad se da por la propia organización, pero quienes distribuyen la pauta no se han enterado.

Somos conscientes de que la reglamentación no garantiza el cumplimiento. Sabemos que tenemos un enorme desafío por delante. Y sabemos también que tenemos en los sindicatos la herramienta para afrontar ese desafío. Porque la implementación de la Ley de Equidad puede impulsarse desde el Boletín Oficial de la Nación, pero será efectiva si quienes trabajamos en los medios la conocemos, la contrastamos con nuestras realidades y la defendemos. Y eso es algo que lograremos instalar desde las asambleas, teniendo la organización donde recurrir cuando veamos que alguno de los puntos que dicte la Ley no sea cumplido y también tomándola como puntapié para pensar políticas de equidad que vayan más allá de lo dictado en su letra.

La falta de equidad en los medios es una característica más de la precarización laboral a la que se ve sometida la actividad periodística en general y las mujeres y disidencias en particular. Hemos peleado y sabemos que deberemos seguir haciéndolo en cada caso de violencia por motivos de género en los medios de comunicación. Logramos revertir situaciones de extrema injusticia mediante reclamos ante las empresas que fueron acompañados por el colectivo de trabajadorxs organizadxs. En nuestra actividad –y lamentablemente en muchas otras también– es común ver negociaciones individuales de salarios y de condiciones laborales. Este tipo de arreglo suele ser endeble y termina perjudicando a quien se involucra porque de una u otra forma deriva en la pérdida de derechos, fomenta la discriminación y otorga un poder arbitrario a la representación patronal. Por eso defendemos la negociación colectiva de nuestras condiciones en el trabajo. Y la equidad es una de las condiciones más importantes que defendemos porque no solo repercute en nuestra labor cotidiana, sino que tiene un efecto inmediato en los contenidos que producimos y que reciben las audiencias y lectorxs.

Nos organizamos no sólo por nuestros derechos laborales, por nuestros salarios, sino también por contenidos que realmente tengan que ver con el oficio periodístico. Contenidos que sean la reivindicación del derecho a la información por parte de la población y que a la vez sean el reflejo de la libertad de expresión, pero no entendiendo a la libertad de expresión como que decimos lo que se nos cruza por la cabeza, sino libres de presiones económicas o políticas, siempre honrando el oficio, buscando fuentes y comunicando con honestidad (porque sabemos que somos parte de una sociedad, que tenemos un lugar establecido en ella, que somos parte de una clase, que tuvimos una determinada educación, una determinada crianza en determinados valores y muchas otras determinaciones que hacen que no podamos hablar con objetividad –como nadie puede– pero que sí podemos comunicar con el fruto de nuestro trabajo y de manera honesta). Esto tiene que ver con comunicar sin violencia de género y sin violencia en general, sin discriminaciones de ningún tipo y sin menospreciar a nadie. Y para eso necesitamos formarnos. En eso también es crucial la implementación de la Ley de Equidad en Medios. Por eso decimos que la precarización laboral en prensa va en contra del derecho a la información. Y en este mismo sentido decimos que si faltamos las mujeres y disidencias, estamos vulnerando los derechos de las audiencias también. Esta Ley tiene el espíritu de imprimir en los medios de comunicación y en los discursos que ahí producimos una perspectiva transfeminista y plural en serio, donde haya tonadas, cuerpos y pieles que no es que no aparezcan en los relevamientos, sino que no aparecen en los medios. Y eso es violencia.

Carla Gaudensi es *Secretaria General de la Federación Argentina de Trabajadores de Prensa (FATPREN), primera mujer en ocupar este rol en la historia de la federación. Periodista y trabajadora de prensa en Agencia Télam.*

Micaela Polak es *Secretaria de Mujeres y Géneros del Sindicato de Prensa de Buenos Aires (SiPreBA). Periodista, trabajadora y delegada sindical en Radio Nacional.*

14. Asignaturas pendientes: hacia la equidad de géneros, la democratización de la palabra y el derecho al trabajo

Por Georgina Sticco (*Grow, Género y trabajo*)

Contexto

El objetivo de la Ley de Equidad en los Medios es *promover la equidad en la representación de los géneros desde una perspectiva de diversidad sexual en los servicios de comunicación, cualquiera sea la plataforma utilizada.*

Cuando estamos hablando de la equidad en la representación de los géneros en el ámbito de trabajo, tenemos que clarificar a qué nos referimos: ¿Nos referimos a que la distribución del total de trabajadores/as sea pareja por género? ¿Nos referimos a que los cargos de decisión estén equitativamente distribuidos por género? ¿Nos referimos a que todas las personas cobren lo mismo por su trabajo? ¿Nos referimos a que sean ámbitos de trabajo que promuevan la equidad? Es decir, ¿que todas las personas independientemente de su género realmente cuenten con las mismas oportunidades de desarrollo y crecimiento? ¿O nos estamos refiriendo a espacios laborales libres de violencia?

Si nos referimos a todas las anteriores, lamentablemente no hay ningún sector ni industria en la Argentina que lo haya logrado. Qué interesante sería que al menos una se lo plantee como desafío: ser la primera in-

dustria en alcanzarlo y promover un modelo, con aciertos y desaciertos de cómo se puede lograr. Hay algunos intentos sectoriales, como en la industria financiera, a través del Banco Central y sus recomendaciones, o en la industria de la energía, con empresas estatales que llevan la delantera en esta agenda.

La Ley 27635 de Equidad en la Representación de los Géneros en los Servicios de Comunicación, que aplica tanto a la gestión pública como privada, es única en su tipo. Tanto por su objeto, como por su alcance, ya que define beneficios para quién se sume, pero teniendo en cuenta que el cambio es gradual.

A nivel sectorial el punto de partida es bajo: la representación de las mujeres en los servicios de comunicación no ha variado significativamente desde el 2016. Este escenario, muy similar a otras industrias, requiere de acciones concretas y sostenidas en el tiempo que permitan generar cambios reales y transversales.

Tabla 1- Variación de la representación de mujeres trabajadoras por rubro de 2016 a 2021.

Rubros	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Edición de Libros, Periódicos y otras Publicaciones, incluso integrada a la Impresión	40%	36%	41%	50%	31%	22%
Actividades Cinematográficas; Producción de Vídeos y Programas de Televisión; Grabación Sonora y Edición de	43%	26%	27%	26%	32%	24%

Rubros	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Actividades de Programación y Difusión de Radio y Televisión	28%	32%	30%	28%	26%	27%
Telecomunicaciones	27%	31%	19%	20%	20%	24%
Todas	31%	31%	26%	27%	24%	25%

Fuente: Elaboración propia Grow, Género y trabajo, EPH.

Democratización de la palabra

Esta legislación tiene un gran valor simbólico, ya solo por el sector al que se dirige. De nuestra experiencia como Grow, Género y trabajo, la transformación socio-cultural es sumamente necesaria para lograr la igualdad real. En la actualidad la resistencia que los públicos presentan a la agenda de género y diversidad se sostiene en la creencia de que las desigualdades no existen, que todas las personas tienen las mismas oportunidades, y que si una persona no crece en un espacio laboral, es porque no quiere. Hay muy poco reconocimiento de los propios privilegios y cómo nos han permitido avanzar en nuestros estudios, oficios, espacios laborales. Esta mirada individualista del “éxito” imposibilita una mirada más empática hacia quienes no han tenido las mismas oportunidades –apoyo de la familia, la escuela, docentes, redes de contacto y de contención–.

Los medios de comunicación, así como las redes sociales, replican, sustentan y legitiman estas creencias. A través de comentarios explícitos, pero también desde el silencio. Además, son una caja de resonancia de mensajes estereotipados que continúan cristalizando la división sexual

del trabajo, y que sostienen la violencia de género. Cuando estos temas se presentan y no se problematizan, la institución se vuelve parte del problema, porque se convierte en un aparato de naturalización de las desigualdades y la discriminación.

Al apuntar a la equidad de género en todos los roles, entendemos que a largo plazo la sociedad leerá, escuchará y verá a mujeres, personas no binarias y personas trans en espacios donde antes no estaban. Ellas podrán o no tener enfoque de género en sus intervenciones, pero su sola presencia ayudará a construir una versión de la política, de la economía, del humor, del deporte, con una diversidad de puntos de vista muchísimo más amplia a la que estamos expuestos/as/es hoy.

No solo se están habilitando espacios de trabajo a quienes no lo tienen, sino que se pone en consideración el derecho de las audiencias, a verse representadas en los medios de comunicación en su propia diversidad.

Para que este cambio escale a una transformación social más profunda, donde dejemos de naturalizar las desigualdades y la discriminación, es sumamente importante que haya un compromiso concreto y sostenido en el tiempo de capacitación continua, donde cada persona que trabaje en un medio, independientemente de su rol, se apropie del enfoque de género interseccional, para que todas sus intervenciones sean enriquecidas desde este enfoque. Volvemos a resaltar este punto: siempre estamos opinando sobre género, desde lo que expresamos hasta en cómo nos relacionamos con nuestros pares. Esas relaciones son percibidas por las audiencias, en quienes estamos incidiendo constantemente, recordemos que alrededor del 73% de la población mira TV por cable y el 70% escucha radio⁵⁸.

58 Sistema de Información Cultural de la Argentina (SINCA), (2017). *Encuesta Nacional de Consumos Culturales*. Disponible en: https://www.cultura.gov.ar/media/uploads/encc_2017_informe_general.pdf (Acceso: 31/01/2023).

Desde Grow, Género y trabajo estamos convencidas de que cuando este cambio suceda, toda la sociedad se verá beneficiada. Esperamos que en ese momento, sean menos frecuentes las resistencias a la agenda de diversidad e inclusión, y que la ciudadanía esté más abierta a participar activamente en alcanzar una sociedad más igualitaria y equitativa.

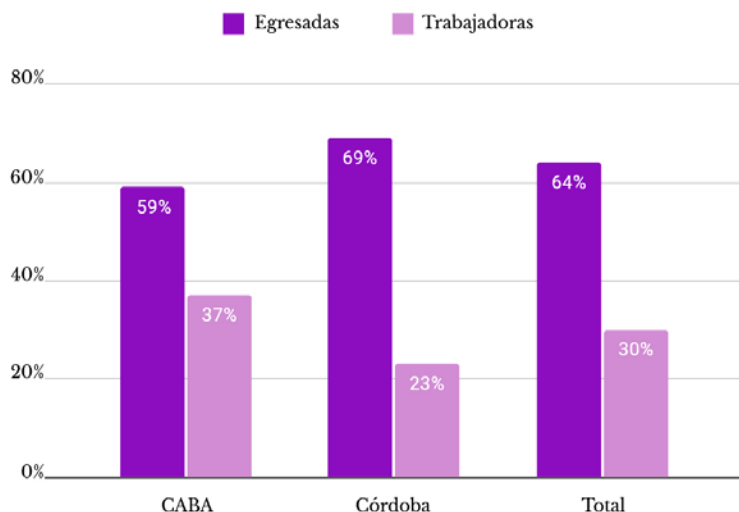
Democratización del derecho al trabajo y al desarrollo profesional

Otro eje de democratización en la existencia de esta Ley, tiene que ver con el derecho del acceso al trabajo y al desarrollo profesional. Si como ciudadanas/os, crecimos observando que en los medios de comunicación quienes son las personas más visibles son varones, las mujeres y personas de otras identidades al estudiar estas carreras –que lo hacen– se frustran en el camino cuando finalmente no se ven promovidas como deberían. Según una investigación realizada por la Asociación Civil Comunicación para la Igualdad, el 64% de las personas que estudian comunicación social son mujeres. Sin embargo, ellas representan el 30% de las personas que trabajan en empresas periodísticas⁵⁹. Según el informe de Nos Quemaron por Brujas del 2020, en la radio el 78% de las personas que conducen son varones⁶⁰.

59 Chaher, Sandra, y Pedraza, Virginia. (2018). *Organizaciones de Medios y Género. Igualdad de oportunidades para mujeres y personas LGTTIQ+ en empresas, sindicatos y universidades*. Comunicación para la Igualdad y Fundeps. Disponible en: <https://www.dropbox.com/s/hmecftvekt7kio3/FINALFINAL%20completo.pdf?dl=0> (Acceso: 31/01/2023).

60 Nos Quemaron por Brujas, (2020). *Faltamos en la radio*, Disponible en: https://eee319e4-ac0a-4c1a-bc66-293152825e53.filesusr.com/ugd/be716f_88d67d8aca-d745a79aab805434fb5766.pdf (Acceso: 31/01/2023).

Gráfico 1- Representación de mujeres egresadas de carreras de comunicación y de mujeres que trabajan en medios.



Fuente: Elaboración Comunicación para la Igualdad, 2018.

En este sentido, será sumamente importante la difusión que se realice sobre la ley, dado que por un lado, haría público el compromiso de que en los medios de comunicación ninguna persona puede ser excluida por su identidad de género u orientación sexoafectiva, y por el otro, necesita alcanzar el fin que se propuso: la equidad en relación a las mujeres, y el piso del 1% en cuanto a la población travesti-trans.

Asimismo, al tener dos ámbitos de aplicación, el ámbito público y privado, aunque con distintos niveles de obligatoriedad, apunta a que la experiencia de un/a trabajador/a se traslade de un medio a otro, y que los derechos, de alguna manera, se equiparen. La equidad será posible solo cuando se implemente en todas las regiones del país, en todo tipo de institución.

Por otro lado, es importante resaltar que el derecho al trabajo también se refiere a la igualdad salarial y a la posibilidad de desarrollarse profesionalmente. Las instituciones deberán asegurar que los trabajos ofrecidos sean de calidad –tanto en nivel de ingresos como de clima laboral– y que se habilite el crecimiento interno para cumplir con la democratización de las voces y en las tomas de decisiones.

Sobre la importancia del cómo

Ahora, para lograr la equidad en los espacios de trabajo, en todos los roles, es clave entender de dónde se parte y cuáles son los puntos de mejora. No todas las instituciones parten del mismo lugar.

Una organización puede contar con una distribución del personal equitativa, pero no contar con mujeres o personas de otras identidades en espacios de toma de decisión. Puede tener este punto saldado, pero que el clima de trabajo no sea inclusivo, o puede contar con todo esto, pero que los equipos no se hayan apropiado de la agenda de género.

Para definir cómo avanzar, cada organización deberá realizar su propio diagnóstico y estar dispuesta a efectuar las modificaciones que sean necesarias. En este punto, es clave que la Ley plantea una implementación gradual y que parte desde los intereses de la propia organización, al habilitarle que seleccione sus ejes de trabajo a partir de los propuestos por la ley: procesos de selección y desarrollo, capacitación, cuidado, lactancia, lenguaje inclusivo o protocolos para la prevención de la violencia laboral y de género.

En el ámbito privado la certificación, de ser bien instrumentada, es un entendimiento de que la organización está encaminada, y tendrá que ser monitoreada para justificar avances. En este sentido, consideramos muy innovador que se plantee un marco general tan concreto para la promoción de la equidad, donde cada eje aborda un punto de dolor distinto para cada institución: si tiene desigualdad de representación en los equipos,

deberá trabajar en los procesos de selección inclusiva, si no tiene mujeres en posiciones de liderazgo, deberá trabajar sobre los procesos de desarrollo de personal, si no cuenta con políticas que aborden los temas de cuidado, promoviendo la corresponsabilidad, deberá desarrollarlas. De no hacerlo, no estaremos siendo coherentes con el mensaje que se quiere transmitir, dado que se invitaría a sumar mujeres, sin atender la desigualdad más importante en nuestra sociedad, que es la distribución de la carga de cuidado. Mientras la mayoría de las mujeres del país cuiden no se pueden dejar de promocionar actividades que nivelen la cancha.

Por otro lado, si la organización no cuenta con protocolos, es necesario realizarlos, adaptados a cada institución, y formando a los equipos responsables de su implementación.

Desafíos por delante

De nuestra experiencia, podemos llamar la atención a este sector que una de las tantas deudas pendientes que tiene, es la desnaturalización de ciertas prácticas violentas, que promocionan un tipo de vínculo entre los/as trabajadores/as basado en el abuso de relaciones de poder. Sea un poder por jerarquía, género, antigüedad o reconocimiento público, se suelen escuchar frases como “siempre se hicieron las cosas de esta manera”, “el medio es así”, “el público lo demanda”, “yo aprendí esto de esta manera”. Será un gran desafío al futuro deconstruir estos mensajes y permitirnos elaborar otras formas de trabajar que estén basadas en el respeto, la empatía, el trabajo en equipo y la colaboración, en lugar de la humillación o el destrato.

Ante esta resistencia, que exista la ley es un primer paso para la transformación, pero necesitamos de otros. Se requieren medidas claras, concretas, con presupuesto y asignación de responsables, que funcionen como motor de cambio.

Georgina Sticco es especialista en género con más de diez años de experiencia. Es Ingeniera Informática por el Instituto Tecnológico de Buenos Aires (ITBA), realizó un Posgrado en Administración de Organizaciones Sociales en la Fundación Unida y es Máster en Relaciones Internacionales por la Università di Bologna. Directora y cofundadora de Grow, género y trabajo.

Grow, Género y trabajo es una organización con base en Buenos Aires y reconocida en América Latina, cuyo propósito es generar espacios de trabajo diversos, inclusivos y libres de violencia. Mediante un enfoque integral y transversal, y un equipo interdisciplinario de especialistas en género, facilita procesos de transformación, asesorando a organizaciones, empresas y gobiernos.

15. Universidad pública y medios de comunicación: la Ley de Equidad de Géneros como oportunidad para una pedagogía emancipadora

Por Jimena Massa (Carrera de Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba)

Las mujeres son mayoría en las carreras de Comunicación del país pero todavía están subrepresentadas en los medios, y muy pocas ocupan puestos de decisión en los equipos de trabajo. Las estudiantes conforman el 61% de la matrícula de la licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC) y, según el anuario de 2021 de esa casa de estudios (que cuantifica en términos binarios, sin distinguir otras identidades sexogenéricas) ese año ingresaron a la carrera 432 mujeres y 258 varones; en el mismo período, hubo 107 egresadas contra 46 egresados. Esa proporción está lejos de reflejarse en la integración de las redacciones locales, mayoritariamente conformadas por varones⁶¹.

61 “La situación de Argentina no es diferente a la de otros países: las mujeres no superan el 40% de las redacciones periodísticas y su número decae considerablemente en la medida que se asciende en la escala jerárquica y, sobre todo, en relación a la propiedad de los medios”. Pedraza, Virginia. (2018). “Las mujeres en el ámbito laboral de los medios de comunicación”. En Chaher, Sandra, (comp.). *Argentina: medios de comunicación y género, ¿hemos cumplido con la plataforma de acción de Beijing?* Comunicación para la Igualdad Ediciones. P. 60. Disponible en: <https://www.dropbox.com/s/vbnffsrxgjid64/Argentina-CSW2018-%20comunicacion%3%B3n%3Ag%C3%A9nero%20FINAL2.pdf?dl=0> (Acceso: 06/02/2023).

En los medios “tradicionales” de la ciudad de Córdoba, solo el 23% de lxs trabajadorxs son mujeres y apenas el 12% es propietaria u ocupa cargos gerenciales⁶². En el ámbito laboral del periodismo deportivo sucede algo similar: en la tecnicatura específica que se dicta en la UNC hay una presencia notable de estudiantes femeninas –41 sobre un total de 116– pero las mujeres tienen un lugar ínfimo en esas secciones de los medios.

Aunque sabemos que la integración de equipos de trabajo con criterios de equidad de género es una condición necesaria pero no suficiente⁶³ para garantizar una perspectiva de derechos en los medios, es indispensable democratizar y diversificar la conformación de esos equipos si se quiere desterrar el androcentrismo imperante en la producción mediática. Se trata de reivindicar la incorporación de otras subjetividades –un periodismo situado y encarnado– y, sobre todo, de reparar una injusticia laboral histórica que a esta altura no se condice con lo que se espera que suceda en la conversación pública ni tampoco –como se dijo antes– con la realidad del campo académico comunicacional. En la misma medida y en paralelo, es necesario fortalecer la formación de lxs actuales y futurxs profesionales para que la composición equitativa implique una transformación genuina de los contenidos: no se trata apenas de completar cupos sino de promover la efectiva pluralidad de experiencias, miradas y opiniones.

En este sentido, la Ley 27635 de Equidad de Géneros en Servicios de Comunicación, aprobada en 2021, es para las carreras del campo de la Comunicación de las universidades públicas argentinas un desafío y tam-

62 Chaher, Sandra, y Pedraza, Virginia. (2018). *Organizaciones de Medios y Género. Igualdad de oportunidades para mujeres y personas LGTTIQ+ en empresas, sindicatos y universidades*. Comunicación para la Igualdad y Fundeps. Disponible en: <https://www.dropbox.com/s/hmecftvekt7kio3/FINALFINAL%20completo.pdf?dl=0> (Acceso: 06/02/2023).

63 La identificación con una determinada identidad de género o la pertenencia a una clase, etnia o a cualquier otro marcador social no garantiza *per se* la existencia de una mirada feminista, igualitaria o decolonial. El antiesencialismo que caracteriza a buena parte de los feminismos implica asumir que la presencia de mujeres, lesbianas, personas trans y otras identidades hasta ahora excluidas o escasamente representadas no necesariamente asegura una perspectiva de género en los medios.

bién una oportunidad. Como instituciones formadoras de profesionales y, sobre todo, como actoras sociales claves en la construcción de una comunicación emancipadora, las instituciones de educación superior están convocadas a asumir un papel estratégico en el cumplimiento de la norma, por lo que su tarea debe exceder la reproducción de saberes disciplinares tradicionales o las muy demandadas competencias operacionales.

Lo deseable, en este contexto, es orientar parte del trabajo docente, de extensión e investigación hacia la aplicación de una herramienta legal inspirada nada menos que en el objetivo de democratizar los medios de comunicación, promoviendo *“la igualdad real de derechos, oportunidades y trato de las personas, sin importar su identidad de género, orientación sexual o su expresión”*⁶⁴. Se trata de orientar el proyecto político-pedagógico para incidir en la transformación de las prácticas profesionales para la consecuente mejora de la calidad de los contenidos que se ponen en circulación.

Frente a los desafíos que plantea la Ley –que están en sintonía con las normativas internacionales sobre derechos humanos de las mujeres y la diversidad sexogenérica– la Universidad tiene una doble tarea. De cara a la sociedad, promover el debate público en torno a la necesidad de multiplicar las voces y diversificar los abordajes en los medios, buscando fortalecer un enfoque de derechos. Es decir, potenciar los argumentos sobre la necesidad de una Ley que promueva la igualdad tanto en la política laboral como editorial. Y hacia adentro de las casas de estudio, cabe hacer lo que es pertinente como espacios de formación: transformar y/o enriquecer concepciones y prácticas profesionales que impacten en los contenidos, y promover la conciencia respecto de la urgencia de políticas laborales inclusivas.

Pero, en concreto ¿qué implica mejorar los medios en términos de equidad de género? Respecto de la producción de contenidos, la adopción de una perspectiva de género equivale a visibilizar a las mujeres y a todas

64 Ley 27635 de Equidad en la Representación de los Géneros en los Servicios de Comunicación de la República Argentina. Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/351817/texto> (Acceso: 06/02/2023).

las identidades sexogenéricas disidentes, hacerse eco de sus demandas y de las violencias específicas que sufren e incorporar la agenda feminista como parte del enfoque de derechos humanos. Desafiar el androcentrismo imperante en los medios implica desnaturalizar el modo de entender lo que se entiende por “realidad”. Al final de cuentas, considerar lo masculino como unidad de medida tiene como consecuencia no solo la invisibilización de la experiencia de las mujeres y otras identidades sino que también crea la falsa sensación de que *aquello que importa* es protagonizado exclusivamente por varones. La adopción por parte de los medios de esta perspectiva es un imperativo ético, y un indicador de su compromiso con sociedades más igualitarias y menos violentas.

Sin embargo, es indispensable que tal perspectiva atraviere, en primer lugar, la propia composición y funcionamiento de las organizaciones. Es decir, para favorecer prácticas profesionales que incorporen este enfoque de derechos es un prerrequisito impulsar medidas para erradicar la violencia de género y el acoso en los espacios de trabajo, y políticas laborales que contemplen, por ejemplo, la presencia de mujeres madres en puestos jerárquicos (sí, transitar un embarazo o criar niñxs continúa siendo un techo de cristal) o de personas trans frente al micrófono o de indígenas frente a la cámara. Cabe recordar que la exclusión y la violencia se sustentan en un orden político que establece jerarquías entre los géneros, y éstas, por supuesto, regulan los medios desde su nacimiento. No es casual que tantas periodistas jóvenes que defienden una agenda feminista y un modo de trabajo cooperativo hayan decidido crear sus propios medios digitales autogestionados, que sostienen con enorme esfuerzo.

Revertir el poder simbólico desigual

Las universidades no deberían permanecer ajenas al debate sobre la Ley de Equidad de Géneros porque el devenir de la aplicación de la norma tendrá un impacto directo en quienes hoy se están formando en las aulas de las carreras de Comunicación; serán beneficiarixs de las políticas que este nuevo marco legal pueda promover y, con suerte, serán quienes contribuyan a diversificar voces, renovar encuadres sesgados por otros menos sexistas y producir contenidos despojados de estereotipos –al menos, despojados de los estereotipos tradicionales.

Es cierto que desde hace varios años las universidades públicas vienen trabajando en el fortalecimiento de políticas institucionales de género – en la mayoría de los casos, orientadas a prevenir o atender situaciones de violencia y discriminación registradas entre sus integrantes– pero están demoradas en lo que respecta a formación. La Ley Micaela⁶⁵ y la Educación Sexual Integral⁶⁶ han ingresado con suerte muy dispar. Y en las carreras de Comunicación persiste un déficit tanto en la transversalización de la perspectiva de género como en la creación de espacios curriculares específicos que aborden el cruce de comunicación y género. Todavía son pocos los planes de estudio que cuentan con materias o seminarios sobre el tema, y muchos de los que existen son optativos y se sostienen con el trabajo *ad honorem* de las docentes comprometidas.

En el II Encuentro Nacional de Cátedras de Comunicación y Género⁶⁷ hubo un cuestionamiento a la precariedad laboral que caracteriza a las áreas y cátedras que abordan cuestiones de género –el trabajo no pago e invisibilizado se confunde con militancia–; una situación que no se condice con el creciente interés y la demanda de formación por parte de lxs estudiantes, lo que se verifica, entre otros indicadores, en la cantidad de trabajos finales o tesinas dedicadas a temas de género. En ese Encuentro de docentes feministas también se acordó la necesidad de una convergencia entre la transversalización y la existencia de espacios curriculares que

65 La Ley 27499 establece la capacitación obligatoria en género y violencia de género para todas las personas que se desempeñan en la función pública en los tres poderes del Estado, y las universidades nacionales han adherido a la norma. Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-27499-318666/texto> (Acceso: 06/02/2023).

66 La Ley 26.150 establece el derecho de niñxs y adolescentes a recibir Educación Sexual Integral y crea el Programa Nacional de ESI, con el propósito de garantizar el acceso a este derecho en los distintos niveles educativos. Disponible en <https://www.argentina.gob.ar/educacion/esi/normativa> (Acceso: 06/02/2023).

67 El II Encuentro Nacional de Cátedras de Comunicación y Género “Feminismos en las aulas: desafíos del trabajo académico en el cruce de los estudios de género y comunicación” se realizó el 29 de octubre de 2021, en el marco del XXIII Congreso de REDCOM, organizado por la Universidad Nacional de Córdoba, la Universidad Nacional de Cuyo, la Universidad Nacional de La Plata y la Mesa de Género de REDCOM.

aborden los nudos teóricos de esta área de estudios. *“Si bien el espacio propio segmenta y puede convertirse en un ‘cuarto propio’ muy cerrado, también dejar todo ligado a la transversalización puede resultar muy azaroso y voluntarista”*, se dijo en el debate.

En la misma línea, las docentes destacaron la importancia de incorporar autoras mujeres y autorxs que tengan perspectiva de género, aunque admitieron que esa tarea no es fácil porque *“cuesta romper el canon”*; la mayoría de los autores “referentes” en las distintas áreas es de género masculino. Además, diagnosticaron *“una resistencia a la incorporación de la teoría feminista o, bien, una incorporación ‘como si’”*.

En este sentido, la tarea de la Universidad es apostar a la formación con perspectiva de derechos, desarrollando herramientas teóricas y metodológicas que luego permitan concebir, diseñar o producir comunicación con un genuino sentido emancipador. En un contexto de desafíos políticos y profesionales a veces desconcertantes –desinformación creciente, periodismo desdibujado y condiciones laborales cada vez más precarias– es necesario promover la creatividad pedagógica y fomentar la búsqueda de respuestas colectivas, tramando redes con otras organizaciones y actores.

En el periodismo con perspectiva de género el debate es constante y lo que hace dos años parecía correcto hoy se revela estigmatizante o excluyente. Los modos de abordar –producir, escribir, editar, etc.– varían conforme a los cambios tecnológicos, las demandas sociales y también al ritmo de las discusiones en las redes profesionales, que revisan y actualizan criterios. La erradicación de la antigua expresión “crimen pasional” en la cobertura de femicidios, por ejemplo, no resulta suficiente para erradicar el sexismo de las coberturas. El desafío cotidiano de cómo nombrar, qué imágenes mostrar o a quién consultar muestra que no se trata de fórmulas ni recetas (a veces necesarias) sino de constituir una mirada siempre inquisidora sobre qué y cómo se informa.

Y allí la Universidad, con su potencial crítico y su vocación por desmantelar el sentido común tiene un papel estratégico, tanto dentro como fuera del aula. Construir una comunicación con enfoque de derechos es

un proceso de largo alcance que debe ser sostenido y enriquecido en el tiempo. Las enormes dificultades que enfrentan las editoras de género en los medios del país, como también las violencias en línea que sufren las periodistas mujeres, dan cuenta de los obstáculos que plantea esa tarea en el trajín cotidiano: revertir, transformar o inventar prácticas orientadas a un horizonte de igualdad requiere de un trabajo no sólo constante sino también colectivo.

Las relaciones de género se traducen, en el campo de la comunicación, en un poder simbólico desigual en el que las mujeres e identidades sexogénicas disidentes participan menos tanto como productoras de contenidos como en calidad de fuentes o protagonistas. Y cuando son visibilizadas, es frecuente que sea de manera estereotipada. Las representaciones sesgadas que los medios ponen en circulación –para no ahondar en la sexualización de los cuerpos o en la espectacularización de las violencias– constituyen formas de violencia simbólica (y mediática) que están en la base de otras más tangibles. Según Naciones Unidas, la violencia de género es la más persistente en el mundo. Y en Argentina, durante 2022, una mujer fue asesinada cada 31 horas.

Los medios son lugares privilegiados en la construcción de sentidos: fijan agenda y construyen miradas sobre el mundo. Las carreras del campo de la Comunicación, entonces, son centrales en la construcción de la trama que puede ayudar a reducir las desigualdades estructurales y las violencias de género. Es allí donde se pueden desmontar los prejuicios respecto de la perspectiva de género, asumiendo que se trata de un punto de vista, un encuadre ético-político, que redundará en contenidos de mejor calidad y en una conversación pública inclusiva. Es allí donde se pueden imaginar estrategias discursivas para dismantelar las pedagogías de la crueldad y los discursos cancelatorios, excluyentes y estigmatizantes.

Es en la formación teórica interdisciplinar donde es posible construir un enfoque interseccional, que no es otra cosa que el registro de las múltiples diferencias desigualadas y que debiera traducirse en los medios en abordajes inclusivos y diversidad de fuentes. Las experiencias y el acceso a derechos hoy no son iguales para las mujeres blancas, urbanas y de clase media que para las personas trans, lesbianas, indígenas, rurales, migran-

tes... casi siempre invisibles en la producción mediática. Como enseñan los manuales, sin fuentes no hay periodismo. Y sin diversidad sexogenérica, social, étnica y etaria entre las voces que informan, no hay periodismo realmente plural.

El último Monitoreo Mundial de Medios⁶⁸ (2020) muestra un retroceso en la visibilización de las mujeres como sujetos de las noticias (menos del 30% en la mayor parte de los temas monitoreados), no se valora la experiencia y el aporte intelectual de las especialistas en diferentes campos (apenas el 21% de las personas expertas consultadas) y se sigue asociando a las mujeres mucho más que a los varones con los roles familiares. En las más de 30 mil noticias relevadas en el mundo se identificó sólo a dos mujeres de pueblos originarios y, en Argentina, solo tres fuentes fueron identificadas como LGBTIQ+.

La formación para el desarrollo de prácticas profesionales con enfoque de derechos requiere insistir en la construcción de una mirada crítica y de saberes que permitan poner en contexto los datos, los hechos y las historias que se cuentan. Se trata de concebir el conocimiento como una práctica colectiva de interpretación del mundo. En esa línea, es fundamental dar a lxs estudiantes las coordenadas socio-históricas que permiten inscribir las violencias y leer las desigualdades no como casos aislados sino como resultados de un orden estructural; enseñar la genealogía del periodismo feminista, que viene aportando criterios de ética profesional y está en constante transformación; promover, desde la formación de grado, el trabajo en red y colaborativo; y favorecer el conocimiento y la apropiación de las leyes que amplían derechos para saber interpelar al Estado.

Y, sobre todo, en las encrucijadas de hoy, insistir en la diferencia entre informar y revictimizar, entre la precisión de los detalles y la espectacularización morbosa, entre la opinión fundamentada y el discurso de odio...

68 El último Proyecto de Monitoreo Global de Medios abarcó 116 países y se relevaron 30.172 noticias publicadas en periódicos, emitidas por radio y televisión, y difundidas en sitios web de noticias y a través de tuits de medios en 2.251 medios de comunicación. Disponible en <https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/07/ARGENTINA-Informe-GMMP.pdf> (Acceso: 06/02/2023).

Son debates que atraviesan las aulas y constituyen una oportunidad para volver a pensar quiénes hacen los medios y, fundamentalmente, cómo y para qué. Retomar las clásicas preguntas para ensayar nuevas respuestas que permitan volver a imaginar a la comunicación como un derecho humano y como herramienta de transformación. Es un camino para actualizar la reflexión crítica sobre los medios y también sobre el papel de la educación superior.

Jimena Massa es periodista, doctora y magíster en Antropología Social por la Universidad Federal de Santa Catarina (UFSC, Brasil) y licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Córdoba (UNC). Docente investigadora en las facultades de Ciencias de la Comunicación (FCC) y Filosofía y Humanidades (FFyH) de la UNC. Coordinadora del Programa Género y Diversidad de la FCC e integrante de la Red PAR.

16. Los aportes de la Universidad para la implementación de la Ley de Equidad de Representación de los Géneros en los Medios

Por Larisa Kejval y Dolores Guichandut (Carrera de Comunicación de la Universidad de Buenos Aires)

En el marco de las discusiones y acciones colectivas en torno a la reglamentación de la Ley 27635 de Equidad en la Representación de los Géneros en los Servicios de Comunicación aprobada en el Congreso Nacional el 10 de junio de 2021, la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires (UBA) impulsó la realización de un encuentro con docentes y estudiantes para conversar sobre los aportes que puede hacer la comunidad universitaria a la plena implementación de la norma. De este modo, se dio continuidad a la participación que había nacido en el proceso de debate de la ley, previamente a su aprobación, a través de las reuniones y los foros organizados por legisladoras y por la propia sociedad civil.

La Carrera de Ciencias de la Comunicación y la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA cuentan con una nutrida trayectoria en la participación activa en los debates públicos para incidir en el diseño y en la implementación de políticas públicas, así como en la defensa de derechos que se encuentran

amenazados. Como ejemplo podemos mencionar el rol que tuvo esta casa de estudios, junto con diversas organizaciones, en el largo proceso que derivó en la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en el año 2009.

Esta característica no obedece a voluntades individuales, sino que evidencia una profunda convicción política por parte de las actuales conducciones de la Carrera de Comunicación y de la Facultad de Ciencias Sociales acerca de la responsabilidad que tiene la Universidad en la construcción de una sociedad más justa y democrática.

Durante el año 2022, alertadas por el letargo que sufría (y sufre) la reglamentación de la Ley de Equidad en la Representación de los Géneros, comenzamos a reunirnos con gremios de trabajadoras de los medios, redes de periodistas y organizaciones sociales en el marco de la Red Federal por la Ley de Equidad en Medios, para diseñar estrategias de cara a visibilizar la necesidad de implementar la Ley.

En este contexto, el 25 de noviembre de 2022, durante el Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra las Mujeres, desde la Carrera realizamos un conversatorio con docentes y estudiantes para compartir miradas y aportes de la Universidad pública que impacten en la futura implementación de la Ley 27635. Los objetivos de la actividad fueron tres: visibilizar la necesidad de reglamentar la ley, sensibilizar en el seno de la comunidad académica acerca de la importancia de la norma y realizar aportes concretos a su implementación.

La conversación fue motorizada por un panel conformado por las profesoras Daniela Bruno y Fabiola Ferro, ambas integrantes del Grupo Asesor para el trabajo con perspectiva de géneros en el ámbito de la Carrera; Julieta Saavedra Ríos, docente de la Carrera; y les estudiantes Ian Quiñones y Lucía López. En la apertura de la actividad también participó Malena Magnasco, Secretaria de Géneros y Derechos Humanos de la Facultad de Ciencias Sociales. En el presente artículo compartiremos los aportes principales que surgieron del encuentro.

Una Carrera de Comunicación feminizada

Para comenzar se pusieron en común algunos datos que permitieran enmarcar la conversación. Uno de ellos tiene que ver con la feminización de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA y su relación con los espacios de trabajo.

En el año 2021 ingresaron a la Carrera 515 estudiantes, de los cuales el 69% son mujeres y el 31%, varones, mientras que en el año 2022 lo hicieron 562 estudiantes de los cuales el 68,3% son mujeres y el 31,6%, varones. Asimismo, de acuerdo a un relevamiento realizado en el año 2021, la Carrera contaba en ese mismo año con 9129 estudiantes regulares: 66% mujeres y 34% varones. Cabe aclarar que hasta el momento, el Sistema de Información Universitaria (SIU) con el que cuenta la Facultad, no arroja datos de otras identidades de género.

A pesar de esta marcada feminización de la Carrera de grado, en la Ciudad de Buenos Aires el campo profesional se presenta signado por la desigualdad para las mujeres y diversidades. Al respecto, la encuesta integral realizada por el Sindicato de Prensa de Buenos Aires (SiPreBa) en mayo de 2022 señala que del total de respondentes el 43,8% son mujeres y el 0,7% disidencias. Este porcentaje de mujeres es levemente mayor que años anteriores – los datos de 2021 arrojaban un 38,6% de mujeres y disidencias–. No obstante, a partir de lo que arroja el informe, se repite la misma tendencia según la cual la presencia de mujeres escasea en las ramas con mejores condiciones laborales y aumenta entre aquellas donde hay mayor precariedad⁶⁹.

Principio de equidad

En términos generales, las docentes y estudiantes participantes destacaron la importancia del principio de equidad plasmado en la norma. “Esta ley

69 Sindicato de Prensa de Buenos Aires. (2022). *Encuesta Integral SiPreBA 2022*. Disponible en <https://www.sipreba.org/wp-content/uploads/2022/06/SiPreBA-Encuesta-integral-2022.pdf> (Acceso: 09/02/2023).

tiene algo interesante que a la vez es un desafío, y es que habla de equidad y no refiere a la paridad, un concepto con sesgo binario”, sostuvo Daniela Bruno. Ahora bien, esta noción que incorpora la norma nos interpela a pensar qué tipo de mujeres y qué tipo de varones esperamos que trabajen en los medios. Para ello, es necesario un abordaje interseccional que permita precisar quiénes trabajan en los medios y quiénes faltan. Desde la Universidad es posible realizar un aporte que permita comprender las razones de esas presencias y ausencias.

Una segunda cuestión en términos de equidad tiene que ver con el ejercicio profesional en los medios de comunicación. En este sentido, es necesario identificar y visibilizar los mecanismos por los cuales se distribuyen de manera desigual roles, cargos, salarios y oportunidades.

Espacio de contribuciones recíprocas

Una de las propuestas emergentes del conversatorio es la creación de un espacio de contribuciones recíprocas entre la autoridad de aplicación de la ley, los gremios de trabajadoras, las organizaciones sociales y la Universidad para garantizar la efectiva implementación de la norma. Al respecto, Fabiola Ferro señaló que no solo hay que luchar por la reglamentación sino también por el monitoreo, para que se instrumente de un modo que sea beneficioso para las trabajadoras.

Se identificaron tres posibles contribuciones que puede realizar la Universidad en este espacio de trabajo: generar datos, establecer encuadres y construir argumentos. Los datos constituyen un insumo fundamental que nutren la toma de decisiones sobre el desarrollo de políticas. En este caso, consideramos prioritaria la construcción de datos, a través de procesos de investigación, para establecer los puntos de partida desde los cuales la ley se implementa, así como para el monitoreo y para la evaluación. Por otro lado, es preciso establecer cuáles son los encuadres o perspectivas de comprensión desde los cuales se aplica la ley. En tercer lugar, anticipando que su implementación implica procesos de transformación en las empresas

mediáticas como en el conjunto de la sociedad, es imperioso construir argumentos para defender la norma de manera sostenida. Estas tres cuestiones son las que nos van a permitir avanzar con lo que la ley establece. Por último, este espacio de contribuciones recíprocas puede aportar en la elaboración de guías y protocolos de capacitación, eje fundamental de la norma.

Perspectivas de género en las aulas

Otra mirada que surgió en el conversatorio incorpora la perspectiva feminista en las aulas donde se forman quienes se desempeñarán en los medios de comunicación. En este sentido, emerge una interpelación a les docentes para trabajar la equidad de representación de los géneros en las dinámicas pedagógicas. Por ejemplo, al momento de hacer dinámicas en grupo: ¿Cómo es la división de tareas? ¿Qué roles ocupan varones cis y cuáles las mujeres cis? La misma inquietud aparece a la hora de pensar la participación: ¿Quiénes participan en clase y quiénes parecen no animarse? ¿Cómo se promueve la participación de todes? Una formación con perspectivas de género contribuye a pensar ámbitos de trabajo más equitativos e igualitarios.

Hasta acá hemos compartido los aportes principales que surgieron del conversatorio realizado el 25 de noviembre del año 2022. No son ideas concluyentes. Por el contrario, buscan enriquecer el debate vigente y sumar posibles líneas de intervención que contribuyan a efectivizar el derecho de quienes hoy no pueden acceder a un trabajo en los medios o ven obstaculizado su crecimiento por su identidad de género. Es necesario precisar estos mecanismos de discriminación y visibilizar la persecución que sufren compañeras que se manifiestan como feministas.

Por último, además de los aportes compartidos en este artículo, creemos necesario destacar la importancia de que desde la Universidad pública docentes y estudiantes promuevan el debate e impulsen nuevas líneas de investigación que nutran la lucha de los movimientos feministas.

Larisa Kejval es Licenciada en Ciencias de la Comunicación, magíster en Comunicación y Cultura y doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires. Docente e investigadora. Feminista y militante de la comunicación popular. Directora de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA. Autora de los libros *Truchas* (2009) y *Libertad de antena* (2018). Editora de *Mujeres de la Comunicación Argentina* (2022).

Dolores Guichandut es Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Buenos Aires, y maestranda en Políticas Públicas y Gobierno (UNLa). Docente e investigadora. Militante peronista y feminista. Bonaerense. Actualmente Secretaria Académica de la Carrera de Ciencias de la Comunicación (UBA).

17. Equidad en los medios: un reclamo de las audiencias. El rol de la Defensoría del Público

Por Miriam Lewin y Alejandra Iriarte (Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual)

Los medios generan sentido. Los roles de poder históricamente, tanto en la propiedad, determinación de los contenidos como en los lugares de mayor importancia frente y detrás de cámaras y micrófonos, los detentan varones. Y ese predominio de la masculinidad, que acapara la voz autorizada se replica luego en la sociedad.

Frente a este escenario desigual, desde la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual (DPSCA), en tanto organismo de representación y protección de los derechos del público de los medios de comunicación audiovisual, asumimos un rol activo en la promoción de la equidad de los géneros en los medios de comunicación.

La Defensoría colaboró y asesoró en el proceso de discusión y debate parlamentario, que derivó en la sanción, en junio del 2021, de la Ley 27635 de Equidad en la Representación de los Géneros en los Servicios de Comunicación. Y, a partir de la sanción de la ley, nos encontramos trabajando de manera articulada con distintos organismos, sindicatos, periodistxs, comunicadorxs y organizaciones en la sociedad civil, para la reglamentación de la normativa.

La transversalización de la perspectiva de género en los distintos contenidos, un trato igualitario y una mayor participación de mujeres y personas

LGBT+ en los medios de comunicación, es un reclamo persistente del público audiovisual. Los medios no son ajenos a las transformaciones sociales y culturales, y las audiencias de hoy exigen una comunicación igualitaria y no discriminatoria. Durante el año 2022 el 58% de los reclamos recibidos por esta Defensoría obedeció a emisiones que fueron consideradas por las audiencias como discriminatorias por razones de género⁷⁰.

Algunos datos

Una muestra de la representación desigual de los géneros en los medios de comunicación se desprende del *Monitoreo de noticieros televisivos de canales de aire de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires* del año 2021. Se trata del noveno estudio integral sobre noticieros de Canales de Televisión Abierta que transmiten desde la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) que realiza la Dirección de Análisis, Investigación y Monitoreo de la Defensoría del Público, desde el año 2013.

El monitoreo 2021, que visionó 14.918 noticias, presentó novedades en el análisis de géneros; en tanto incorporó a la muestra a las personas presentadoras, además de columnistas y móviles de exteriores.

Por un lado, en relación con las personas presentadoras, en el 72% de los casos los programas fueron presentados por la combinación de mujeres y varones. La participación de varones (solos + dos o más varones) alcanzó el 23,5%, muy por encima de las mujeres solas que expresó tan sólo el 1,2%. La tercera edición del noticiero de la TV Pública marcó 3,0% de contribución en la categoría “combinación varones, mujeres y otras identidades”, y fue el único que aportó otras identidades de género al conjunto de personas presentadoras.

70 Más información sobre los reclamos de las audiencias ante la DPSCA se encuentra disponible en <https://defensadelpublico.gob.ar/derechos-y-audiencias/> (Acceso: 16/01/2023).

Respecto de la distribución de géneros de columnistas prevalecieron los varones (70,8%) frente a las mujeres (27,3%). En este caso, una columnista de Telefé fue la única que marcó la presencia de otras identidades de género. Una de las principales novedades que arrojó el monitoreo fue que, por primera vez, la mayoría de las noticias de economía contaron con la participación de columnistas mujeres; que superaron a los varones en este tópico tradicionalmente abordado por varones.

Si bien en la distribución de géneros de personas en móviles también prevalecen los varones, (57,0%), la diferencia respecto a la presencia de mujeres es menor (39,5%) que en monitoreos anteriores, pero aún es notoria la ausencia de otras identidades de género.

Las audiencias piden más equidad

El reclamo por una mayor equidad en los medios se hizo evidente durante las Audiencias Públicas en las distintas regiones del país que realizó la Defensoría en cumplimiento del mandato de la Ley 26522, durante los años 2021 y 2022⁷¹.

Así, a modo de ejemplo, podemos resaltar algunos de los reclamos expresados en las distintas regiones durante las exposiciones que tuvieron lugar en los periodos mencionados.

En la región Sur se solicitó una Ley de equidad de género y paridad, que redunde en una *“mejor democracia”* y se recordó la importancia de tener en cuenta la equidad como elemento a analizar para otorgar pauta oficial. Por su parte, en la región Noroeste (NOA), se señaló: *“Cuando hablamos de perspectiva de género en los medios no solo nos referimos a contenidos o cupo laboral sino de acceso a la conectividad y a la información, a prácticas vinculares saludables, de la no tolerancia a la violencia en los medios y promover recursos*

71 Más información sobre las audiencias públicas se encuentra disponible en <https://defensadelpublico.gob.ar/audiencia-publica/> (Acceso: 16/01/2023).

constantes que puedan construir herramientas para cooperativas, ONG y fortalecer sentidos comunicacionales disruptivos y con perspectiva de género. Por último, necesitamos la paridad en los medios de comunicación y para ello les solicitamos ayuda a ustedes”. En la región Noreste (NEA) también se expresó la necesidad de impulsar la paridad en medios de comunicación. Y en la audiencia de la región Centro se mencionó: “Nos sumamos al pedido de Implementación de la ley de equidad de género”. Por su lado, en la región Cuyo, se destacó: “La intervención del Estado actual ha ayudado a promover la pluralidad de los medios. Han generado paridad de género en las pantallas y los micrófonos, generando así el debate, la inclusión del lenguaje en el tema de género”.

A su vez, el reclamo por una mayor equidad fue objeto de presentaciones de las audiencias en esta Defensoría. En este sentido, podemos destacar algunos reclamos que recibimos en el organismo: *“Buenas tardes. Me comunico para reclamar que la radio Mitre AM 630 lanza un programa radial el sábado 30/01/21 de 10 a 13 hs con 7 hombres y ninguna mujer, lo que representa una clara vulneración a la libertad de expresión de las conductoras y periodistas mujeres. Con el agravante no sólo de la nula representación de las mujeres, sino que además en el mismo participan famosos que precisamente son conocidos por transmitir mensajes de odio a las diversidades, y de misoginia en particular”* (Actuación 60/2021); *“En el programa deportivo Pasión por el Fútbol, que se emite los Domingos a las 23.30 hs no hay paridad de género, hay discriminación de género ya que son todos hombres, periodistas, locutores y comentaristas. Es un programa sumamente machista y no puede seguir existiendo esta clase de programas donde no le dan espacio a las mujeres”* (Actuación 116/2021). *“Radio Aspen no tiene (en toda su programación) Locutoras. Solo voces masculinas. ¡Terrible!”* (Actuación 58/2020).

En respuesta a las presentaciones del público y en función del compromiso sostenido del organismo respecto de la equidad de género en la radio y televisión, se enviaron notas formales a los medios, en las que se le trasladaron las preocupaciones por la inclusión de mayor presencia de mujeres y LGTBTTTIQ+ en medios de comunicación.

El camino del diálogo

La Defensoría del Público, a lo largo de años de trabajo, desarrolló una extraordinaria capacidad de diálogo y de creación de espacios de resolución extrajudicial de conflictos, con verdadera repercusión positiva en el marco de sus atribuciones. Desde su fundación, alentó la participación y el debate permanente y llevó adelante una tarea pedagógica fundamental en la formación crítica de las audiencias, mediante la difusión del derecho a la comunicación, y la provisión de herramientas para ejercer ese derecho y reclamar cuando es vulnerado.

En este marco se realizan cotidianamente encuentros de debate y capacitación con medios de comunicación, productoras audiovisuales y comunicadores/as. Desde la línea *Comunicación y Géneros* se promueven e impulsan acciones destinadas a quienes trabajan en la producción de contenidos audiovisuales para problematizar temas de género y violencia mediática. Y se abordan principalmente temáticas vinculadas con coberturas de casos de violencias contra las mujeres, lesbianas, travestis y trans, tratamiento periodístico responsable de derechos LGBTTTTIQ+, masculinidades plurales, abordaje respetuoso de la interrupción legal del embarazo y la interrupción voluntaria del embarazo.

Asimismo, la Defensoría, elabora y publica recomendaciones para una comunicación respetuosa de derechos. En este sentido, y en lo que hace al fomento de una mayor igualdad, equidad y no discriminación, en los últimos años se publicaron las *Recomendaciones para el tratamiento mediático de las violencias de género*⁷²; las *Recomendaciones para el abordaje de la*

72 Disponible en: <https://defensadelpublico.gob.ar/wp-content/uploads/2022/03/recomendaciones-tratamiento-mediatico-de-las-violencias-por-motivos-de-generos.pdf> (Acceso: 16/01/2023).

*violencia política por razones de género en medios de comunicación*⁷³ y *El abordaje mediático de la violencia de género digital. Claves para una comunicación responsable*⁷⁴.

Atento a esta labor realizada por el organismo, y teniendo en cuenta que la Ley 27635 instala la equidad en forma obligatoria para los medios de gestión pública, y crea un régimen de promoción para los medios de gestión privada, la Defensoría resalta, en el marco del diálogo que mantiene con los medios de comunicación audiovisual, la importancia de la implementación de la equidad para que las mujeres y LGTBTTIQ+ aporten sus miradas y construyan una comunicación más plural y democrática.

Como propuesta para la implementación de ley, consideramos que sería provechoso que, al momento de evaluar los progresos en materia de equidad en las representación de los géneros por los medios de gestión privada para acceder al registro y obtener la certificación de equidad (en los términos de los artículos 6 y 7 de la Ley 27635), el organismo de aplicación tenga en cuenta la buena predisposición al diálogo y a la reparación simbólica de los derechos afectados, por parte de aquellos medios que hayan sido objeto de reclamos en la Defensoría.

Resulta fundamental considerar la permeabilidad de dichos medios a la hora de realizar capacitaciones, talleres o jornadas de reflexión en perspectiva de género, implementar medidas que pueden incluir pedido de disculpas, otorgamiento de espacio a organizaciones especializadas y entablar otros procesos dialógicos que permitan garantizar los derechos comunicacionales de las audiencias.

73 Disponible en: <https://defensadelpublico.gob.ar/wp-content/uploads/2022/03/recomendaciones-violencia-politica-por-razon-de-genero.pdf> (Acceso: 16/01/2023).

74 Disponible en: <https://defensadelpublico.gob.ar/wp-content/uploads/2022/12/violencia-digital-v2.pdf> (Acceso: 16/01/2023).

Miriam Lewin es titular de la Defensoría del Público. Periodista especializada en investigación, escritora y docente de periodismo. Sus investigaciones tuvieron repercusión en Argentina y el mundo. Integró el Diario La Prensa (Nueva York), la revista *Interviú* (España) y *Crisis*. Trabajó en Radio Nacional y Radio el Mundo. En TV, condujo y produjo *Punto.Doc* (América TV) y, por más de 20 años, integró el equipo de Canal 13 y *Todo Noticias* como periodista y productora (*Telenoche*, *TN*, *Telenoche Investiga* y *TN.com.ar*).

Alejandra Iriarte es Directora de Protección de Derechos y Asuntos Jurídicos de la Defensoría. Abogada (Universidad Nacional de Tucumán), especialista en feminismo y derechos humanos. Diplomada en “Derechos Humanos y Mujeres” por la Universidad de Chile, y en “Gestión Legislativa” por la Universidad de Córdoba. Fue pasante en el Centro por la Justicia y el Derecho Internacional (CEJIL) en Washington D.C. Fue parte de la Asamblea Permanente por los Derechos Humanos (APDH) e integra la Red de Abogadas Feministas.



La **Asociación Civil Comunicación para la Igualdad** es una organización sin fines de lucro cuyo objetivo es la promoción de la igualdad y diversidad de género en la comunicación.

Sus áreas de trabajo son la capacitación, investigación, incidencia y asesoramiento, acciones que se realizan desde el paradigma de los derechos humanos.





La Ley 27635 de *Equidad en la Representación de los Géneros en los Servicios de Comunicación* fue sancionada en junio de 2021 con el fin de promover al acceso de periodistas mujeres y de las diversidades sexogenéricas a los medios; y de mejorar la producción de contenidos en términos de inclusión y representación de la interculturalidad propia de nuestro amplio territorio nacional.

Este libro recoge las experiencias de los sectores que impulsaron su creación y que conformaron la *Red Federal por la Ley de Equidad en Medios* para acompañar activamente su implementación: medios de comunicación, organizaciones de la sociedad civil, redes de profesionales, editoras de género, sindicatos, universidades y otras instituciones públicas comprometidas con la perspectiva de género y los derechos humanos.

Compartirnos en estas páginas nuestras historias y expectativas sobre una norma que esperamos logre transformar el periodismo y la comunicación en ámbitos más justos e igualitarios.