

## LA EXPERIENCIA DE INVESTIGAR SIENDO ESTUDIANTE

Por Marcela Vila<sup>1</sup>, Vanesa Pérez<sup>2</sup> y Vanina Chavarria<sup>3</sup>

### 1. Primera parte

Hola, mi nombre es Marcela Vila, me recibí de Abogada en esta Universidad hace muy poco, soy Licenciada en Relaciones Públicas (USAL) y formo parte del equipo de investigación de este proyecto que lleva 2 años y que dio participación no solo a los docentes de la Universidad, sino también a quienes entonces éramos estudiantes.

En esta primera experiencia como investigadora, comencé con más dudas que certezas y usando mi curiosidad como fortaleza. Si bien leí muchísimo sobre el tema intenté no cargarme de preconceptos que nublaran mi capacidad de observación. Creo que eso es de lo más valioso que obtuve en este recorrido. Si alguna vez caí en esa tentación, allí estuvieron mis compañeras con más experiencia para advertírmelo.

Me interesó participar de este desafío porque nuclea dos temas que centrales que atraviesan toda mi formación académica. Por un lado, la comunicación mediática y, por otro, los avances y procedimientos en materia de legislación de cuestiones de género.

Durante la última década, la Argentina ha avanzado en el reconocimiento de los derechos de las personas con identidades y sexualidades no normativas, entre las más representativas:

---

<sup>1</sup> Abogada de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES) y Lic. en Relaciones Públicas por la Universidad del Salvador (USAL). Investigadora de UCES en el Proyecto de Investigación “El tratamiento del género en los medios de comunicación de Argentina desde una perspectiva jurídica”, bajo la dirección de la Dra. Natalia Torres Santomé y co-dirección de la Lic. María Cecilia Alegre y del Dr. Andrés Peretti.

<sup>2</sup> Técnica Superior en Psicología Social por la Escuela de Psicología Social de la Patagonia. Estudiante de Abogacía de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES). Investigadora de UCES en el Proyecto de Investigación “El tratamiento del género en los medios de comunicación de Argentina desde una perspectiva jurídica”, bajo la dirección de la Dra. Natalia Torres Santomé y co-dirección de la Lic. María Cecilia Alegre y del Dr. Andrés Peretti.

<sup>3</sup> Estudiante de abogacía de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES). Investigadora de UCES en el Proyecto de Investigación “El tratamiento del género en los medios de comunicación de Argentina desde una perspectiva jurídica”, bajo la dirección de la Dra. Natalia Torres Santomé y co-dirección de la Lic. María Cecilia Alegre y del Dr. Andrés Peretti.

- La Ley de Matrimonio Igualitario N° 26.618.
- Ley de Identidad de Género N° 26.746.
- Ley de Promoción del acceso al empleo formal para Personas Travestis, Transexuales y Transgénero “Diana Sacayán – Lohana Berkins N° 27.636.

Sin embargo, no podemos negar que el colectivo Trans (personas que se identifican, sienten y expresan un género diferente con el sexo asignado al nacer y que incluye a travestis, transexuales y transgéneros), sigue siendo sistemáticamente excluido, marginado e invisibilizado. Revertir esto supone deconstruir prejuicios y estereotipos que estigmatizan a todas las personas que lo componen, producto del desconocimiento y de la información errónea que circula y que se reproduce de la forma más despiadada de discriminación en su sentido más amplio, violencia verbal, física y simbólica, persecución y rechazo en todas sus formas.

Sin dudas, los medios de comunicación son agentes clave en la formación de la opinión pública por su alcance masivo y tienen la capacidad de poner en agenda las demandas y problemáticas de todos los sectores. Por ello, resulta necesario “desenmascarar el discurso” y examinar con profundidad qué cosas se dicen o se silencian.

Asimismo, el contexto actual en el que las redes sociales se han transformado en un espacio de intercambio de información donde se pueden comunicar ideas desde el anonimato, profundizó la violencia mediática y simbólica contra las identidades disidentes. Circunstancias que han desencadenado en discursos estigmatizantes y discriminatorios, en particular, contra la comunidad travesti trans (Observatorio contra la Discriminación en Internet del INADI, 2020).

El objetivo de este trabajo fue analizar cuál es la presencia de las identidades trans en los medios de comunicación y observar de qué manera se abordan los temas que involucran a este colectivo para, de ese modo, determinar si contribuyen o no a la conformación de una sociedad respetuosa de la diversidad e inclusiva respecto a las identidades y expresiones de género disidentes. Consultamos distintas cuentas de Instagram de referentes y activistas, como también páginas web de las agrupaciones y organizaciones más representativas, y encontramos el repudio generalizado a la invisibilización que los medios de comunicación practican sobre el colectivo trans y, valiéndonos de la propia percepción de muchos de los afectados, decidimos partir de

una hipótesis: Las problemáticas de las identidades trans reciben un bajo o casi nulo tratamiento en los medios de comunicación, donde se evidencia gran desconocimiento de sus realidades, prejuicios y exclusión.

La investigación puso especial énfasis en las publicaciones que los medios masivos realizan en ocasión de las efemérides del colectivo LGBTIQ+, dado que se trata de fechas claves en las que se intenta dar difusión no solo a las distintas identidades, sino también a las problemáticas que las afectan.

Hoy les comparto la cobertura que los principales medios digitales realizaron en ocasión de la Marcha del Orgullo celebrada el 6 de noviembre de 2021, por ser la más histórica y representativa. No podemos negar que la coyuntura social y política sumada a la masividad de personas que concurren a las principales arterias de todas las ciudades del país para manifestarse obligan a dar difusión a los eventos con motivo de la Marcha del Orgullo. Ahora bien, ¿de qué modo convirtieron estos hechos en noticia? ¿Alcanza la difusión para afirmar que se visibiliza la lucha del colectivo? En la construcción del relato se observó:

- Publicaciones con extensiones muy breves que, si bien replicaban las consignas del colectivo, no ofrecían desarrollo alguno.
- Si bien se construye una narración positiva acerca de las novedades que da a conocer, no se divulga conocimiento de las características del colectivo, sus convicciones, recorrido histórico, conquistas o demandas actuales.
- “Espectacularización” de los eventos en el que el interés estuvo puesto en la participación de personas populares en el ambiente artístico, el colorido de la puesta en escena y vestimenta de los participantes, que sin dudas es marca registrada de los actos que convocan al colectivo LGBTIQ+ para celebrar su identidad con orgullo, pero que responde a causas muy profundas y significativas de las que no se da cuenta en este tipo de publicaciones.
- Las publicaciones basadas en material fotográfico que, si bien resulta ilustrativo, carece de profundidad analítica.

- Publicaciones relacionadas a la Marcha del Orgullo que se vieron teñidas de una intencionalidad que poco tuvo que ver con la difusión de los motivos de celebración o visibilización de las conquistas y reclamos del colectivo LGBTIQ+, sino más bien chicanas políticas.

Es por esto que concluimos que invisibilizar es mucho más profundo que obviar un tema. Banalizarlo, no dar a conocer las verdaderas motivaciones por las cuales un hecho se convierte en noticia y hacerlo trascender por las razones equivocadas, son también una forma de reproducir la exclusión y rechazo.

## **2. Segunda parte**

Mi nombre es Vanesa Anahí Pérez, vivo en Neuquén Capital, soy técnica superior en psicología social, alumna del último bimestre de la carrera de Abogacía de la UCES, trabajo en Defensoría del pueblo de la ciudad de Neuquén y formo parte de un equipo interdisciplinario de investigadores juniors y seniors conformado por docentes y alumnas de esta casa de altos estudios que trabaja sobre géneros en los discursos sociales, particularmente en los medios de comunicación.

Comenzamos con el proyecto de investigación “El tratamiento del género en los medios de comunicación de Argentina desde una perspectiva jurídica” en el año 2020 bajo la dirección de la Dra. Natalia Torres Santomé y los co-directores Lic. María Cecilia Alegre y el Dr. Andrés Peretti.

El trayecto de estos años ha sido muy productivo, tanto para nuestro equipo de investigación, como en lo personal ya que fue una experiencia muy enriquecedora no solo por el hecho de que hemos adquirido herramientas sobre cómo investigar dentro de las Ciencias Jurídicas sino en la aprehensión. Si tuviera que describir lo que es investigación podría pensarse a la misma como el acicate del pensamiento disruptivo parafraseando al filósofo español Fernando Savater. Nos encontramos con la punta de un iceberg, lo explícito, y debajo con lo implícito, todo aquello que va surgiendo a medida que vamos introduciéndonos dentro de una temática a investigar.

Iniciamos la actividad abordando distintos temas sin alejarnos del eje central, dividiéndonos en pequeños grupos para poder trabajar mejor una temática tan amplia como es el abordaje del género en los medios. Con mis compañeras Vanina Chavarria y Romina Gaggia tomamos como punto de partida el tema “Violencias y Crímenes de

odio en los medios masivos de comunicación en Argentina” basándonos en la hipótesis de que los “medios nacidos y desarrollados dentro de un sistema capitalista y patriarcal, reproducen las condiciones de violencia, que a la vez dan un sustrato cultural a la producción de contenido mediático”.

Cabe agregar que integrantes del equipo de investigación participaron en las II y III Jornadas de investigación en derecho de UCES.

Asimismo, con Julieta Strasberg y la compañera Melina Noriega participamos de manera virtual del Congreso de Ciencia y Género con una ponencia sobre “ESI, familias, operadores y agentes: una lectura de las políticas públicas desde la ética del cuidado y los derechos humanos” organizado por los Ministerios de Ciencia y Tecnología, Justicia y Derechos Humanos y de la Mujer, CONICET Córdoba, Universidad Nacional de Córdoba y Universidad Provincial de Córdoba, llevado a cabo el 27 de septiembre al 1° de octubre de 2021.

Nuestra Investigación se basó en la recolección de datos a través de la observación de diferentes noticias que han sido publicadas en varios medios de comunicación. Se realizó un análisis exhaustivo del discurso de la violencia de género y los crímenes de odio que realizan los mismos, pudiendo descubrir tendencias y posturas presentes, con relación a la perspectiva de género, o mejor dicho la omisión de ésta, en donde se naturaliza y reproduce la violencia de género.

Por esto podemos decir que nuestro trabajo nos permite crear nuevas formas de pensamientos, a los cuales denominamos disruptivos porque refieren a ideas que confrontan a los paradigmas existentes; ideas que ponen en jaque al *status quo*.

Creemos que es primordial el cambio cultural en cuanto a la producción de contenidos, discursos, mensajes y usos del lenguaje que rompan con los estereotipos y respeten a las víctimas acorde a los paradigmas de derechos humanos.

Hola mi nombre es Vanina Belen Chavarria, soy estudiante avanzada de la carrera de abogacía en UCES, formo parte de este equipo de investigación desde sus inicios allá por el año 2020, en medio de la pandemia. Trabajo en el Banco Central de la República Argentina, en el área de la Gerencia de Promoción de Política de Género, resguardo del respeto y convivencia laboral.

La investigación se dirigía a comprobar cómo los medios de comunicación reproducen y naturalizan la violencia de género, teniendo en consideración que los mensajes de los mismos gozan de cierto grado de legitimidad y credibilidad para muchas personas, de modo que los aceptan como verdaderos y a partir de ellos,

buena parte de la sociedad forma sus juicios y opiniones sin realizar un análisis profundo o crítica de los contenidos.

Las sociedades, a lo largo de la historia, se han consolidado a través del tiempo por medio de acciones y los discursos que han naturalizado sus ideologías, creando construcciones sociales impuestas constantemente para que se vean como “normales” y en este caso en particular, los medios de comunicación han tenido un papel fundamental en su vertiginoso crecimiento y mantenimiento de su fuerza un rol preponderante en la creación de realidades.

La ley 26.485, en su art. 5, identifica a la violencia simbólica como “La que a través de patrones estereotipados, mensajes, valores, íconos o signos transmita y reproduzca dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales, naturalizando la subordinación de la mujer en la sociedad”.

Para organizar nuestra investigación dividimos la presentación de nuestro estudio en cuatro bloques temáticos:

- **Primer bloque: la mujer como centro en la noticia sobre violencia de género, sea la víctima o no. Invisibilización del hombre.**

Podemos observar que todas las noticias que circulan acerca de la violencia de género se estructuran, casi exclusivamente en torno a la víctima, en donde se difunden solamente las imágenes y datos de la mujer, y no así la del varón agresor.

Todo ello genera violencia simbólica al reproducir sus imágenes, violencia mediática al cosificar a la mujer y situarla en un lugar pasivo y objetual, al sexualizarla y erotizar el relato con sus fotos y descripción de sus hábitos íntimos.

El hecho de que ya se encuentre muerta parece habilitar la violación de su intimidad. Revelar toda su vida privada, como vestía, si era buena alumna o no, cuáles eran sus relaciones personales y su vida sexual, todo lo que sirva para generar, según el caso, empatía o rechazo con el público. Tampoco se mantiene el secreto de sumario en cuanto a los detalles del crimen, que son visibilizados sin escatimar en morbosidad.

Ejemplo: caso Nahir Galarza (2017).

- **Segundo bloque: la denominación de crímenes de amor o pasionales como justificación de los femicidios.**

Encontramos muchos de estos crímenes presentados como “fatalidades” particulares de la esfera doméstica, o “crímenes pasionales”, justificando el hecho basado en cuestiones de desamor.

Ejemplo: Nora Dalmasso (2006).

- **Tercer bloque: tratamiento sobre “buenas” o “malas” víctimas: ojo disciplinador en la mujer.**

Las imágenes estereotipadas, son una construcción social, aceptada de manera pacífica, naturalizadas por ser sistemáticas en el ámbito cultural, pero encierran en ellas una visión prejuiciosa de la realidad que condena la vida privada de las víctimas, trasladándola al ámbito público.

En general encontramos representaciones distorsionadas, sesgadas, estereotipadas y violentas sobre lo que supuestamente significa “ser buena o mala mujer”, por medio de la utilización de un patrón sobre el “ideal” del ser mujer y varón, que demuestran una postura lesiva y crítica respecto de las víctimas.

Hablamos de la perversidad de un sistema de medios que usa los cuerpos de las mujeres asesinadas para aleccionar sobre cómo es correcto vivir y cómo no. Se sobreexponen fotos que se tomaban las víctimas en vida y se describen sus hábitos cotidianos, desde el promedio escolar hasta la vida sexual.

Ejemplo: Caso Melina Romero (2014).

- **Cuarto bloque: la difusión periodística de los crímenes de odio por orientación sexual o identidad de género.**

Encontramos un escaso o casi nulo nivel de cobertura periodística y difusión de casos de crímenes de odio contra la comunidad LGBTIQ, invisibilizando su realidad (lo que no se nombra no existe).

Además de encontrar exigua difusión sobre los casos cuando las víctimas son integrantes de este colectivo, observamos que cuando se publican, por ejemplo, noticias policiales, se utiliza un lenguaje no adecuado a su identidad de género, indicando el nombre masculino de la víctima y entre comillas su nombre elegido, menospreciando la identidad de género de la víctima.

Ejemplo: caso Tehuel de la Torre (2021).

Para cerrar, este trabajo representa una contribución a la visibilización de cómo el sistema opresor “silencioso”, se apoya en el poder y el control de los medios, y en la comprensión de los efectos que genera la difusión en los medios de comunicación de determinados estereotipos que no contribuyen a erradicar o prevenir las situaciones de violencias de género y crímenes de odio.

Esperamos que sirva, en un futuro, para diseñar y poner en acción formas de intervención y formulación de políticas públicas más eficaces y, sobre todo, la necesidad de integrar la perspectiva de género en la formación de profesionales en la comunicación.

Es importante agregar que a lo largo de los 2 años que llevamos a cabo esta investigación pudimos lograr, trabajando de manera conjunta, dejar varios aportes. Uno de ellos fue la publicación de la “Guía de Buenas Prácticas en las Relaciones de Consumo con Perspectiva de Géneros y Diversidades”, reconocido como materia de interés por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en febrero del 2022.