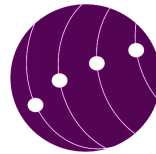


# *LA CAZADORA*

Un discurso de género en los '90



FACULTAD DE CIENCIA POLITICA  
Y RELACIONES INTERNACIONALES  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO



Autora: Débora Chaparro  
Directora: Mariangeles Camusso  
Co-Directora: Figueroa Lucia Anahí

Escuela de Comunicación Social  
Universidad Nacional de Rosario  
Santa Fe, Argentina  
Año 2021

## **Hoja de evaluación**

CHAPARRO, Débora. Legajo: C- 3119/4

Directora: Lic. Camusso Mariangeles

Co-Directora: Lic. Figueroa Lucia Anahí

Tesina de grado presentada a la Escuela de Comunicación Social de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario como parte de los requisitos necesarios para la obtención del título de Licenciatura en Comunicación Social, 2021.

A mis padres, por la confianza  
A mis hermanas, por la enseñanza  
A mis amigos, por el apoyo  
A Mariángeles y Lula, por el acompañamiento  
A la Universidad Pública, a la Fcpolit, por la posibilidad.

Eran mujeres con entendimiento, raciocinio y voluntad creadora  
quienes así se enfrentaban para desafiar las iras  
de los dueños absolutos del poder.  
Ofelia Uribe de Acosta, feminista sufragista colombiana<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Una voz Insurgente (Bogotá: Ed. Guadalupe, 1963), p. 44

# ÍNDICE

<b>MOTIVACIONES PERSONALES</b>	5
<b>OBJETIVOS</b>	6
<b>INTRODUCCIÓN</b>	7
<b>MARCO TEÓRICO</b>	13
<b>METODOLOGÍA</b>	23
<b>1º CAPÍTULO</b>	
El <i>Ser</i> Mujer en los años ‘90	26
- Recorrido histórico sobre la situación de las mujeres en los años ‘90	
<b>2º CAPÍTULO</b>	
El ingreso de la perspectiva de género a la agenda de los medios de comunicación	31
- La importancia de la perspectiva de género en los medios de comunicación	
<b>3º CAPÍTULO</b>	
Comunicación y derechos humanos de las mujeres	40
<b>4º CAPÍTULO</b>	
¿De qué habla “ <i>La Cazadora</i> ”?	45
- Análisis de las portadas de las revistas	
- Categorías feministas	
<b>CONSIDERACIONES FINALES</b>	61
<b>ANEXO</b>	64
- Entrevista a Sonia Tessa	
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	72

## MOTIVACIONES PERSONALES

Conocí la revista “*La Cazadora*” cursando la materia electiva “*Estado, Trabajo y Relaciones de Género*” en la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario. La docente de ese momento me la presentó como un posible material de análisis para desarrollar mi monografía final con la que iba a promocionar la materia.

Aquel primer acercamiento con la revista fue desconcertante. La fortaleza de los títulos me invitaban a pasear por las calles rosarinas de los años ‘90 y a pensar en lo controversial que pudo ser la circulación de aquellos titulares en uno de los diarios más renombrados de la ciudad. Las ilustraciones parecían invitarme a un universo complejo y desafiante, donde las imágenes acortaban toda distancia, salían del papel para generar diversas sensaciones: angustia, enojo y entusiasmo. Todas ellas daban lugar a un mundo donde reinaban las injusticias, la violencia y el dolor.

*La Cazadora* me transmitió el fervor de seguir luchando y militando el feminismo como movimiento político y social, me incentivó a nombrar a todas las mujeres como grupo o colectivo humano y seguir afianzando la toma de conciencia de la opresión, dominación y explotación que hemos padecido por parte del sistema patriarcal.

“Avanzar significa asumir que la comunicación es un derecho humano, tal como lo es el derecho a la vida, a la paz, a la educación, a la salud, a vivir en un ambiente limpio. La justicia de género exige concebir la comunicación como un derecho humano y trabajar políticamente por ejercerlo.” (Hermosilla, 2007 p. 10)

## OBJETIVOS

Una serie de preguntas interpelan este trabajo: ¿Cómo logró instalarse -en los años '90- el discurso feminista en los medios?; ¿A quién le habló *La Cazadora* y cuál era su objetivo como medio gráfico?; ¿Qué sentidos sociales se pusieron en circulación en el diario El Ciudadano a partir de la creación de la revista *La Cazadora*?

Para intentar encontrar algunas respuestas es que analizaremos las estrategias discursivas de la revista *La Cazadora* como pionera de la discursividad feminista en medios de comunicación en la ciudad de Rosario. Por ello nos proponemos:

- A. Describir el marco contextual en que se produjo la revista,
- B. Identificar y clasificar las temáticas abordadas en las publicaciones y
- C. Describir los recursos retóricos y estrategias estilísticas del enunciador presentes en las noticias seleccionadas.

Previo al desarrollo de este trabajo, se realizó una selección dentro de las dieciocho revistas que componen la colección de *La Cazadora*, por lo que el corpus estará constituido por cinco de las tapas de esta revista;

Las tapas seleccionadas son las que corresponden a los siguientes números: Revista Nro 7: “Uñas pintadas sobre el volante”; Revista Nro 11: “Aborto en Rosario, las cifras del silencio”; Revista Nro 13: “Cuerpo de mujer, un campo de batalla”; Revista “Nro 14: “Violaciones en casa, un muro de silencio”; y por último Revista Nro 15: “Contra el mito del instinto maternal”.

## INTRODUCCIÓN

En esta investigación se analiza el discurso feminista de la revista *La Cazadora*, -el primer suplemento con perspectiva de género de Rosario- como un producto mediático que, a partir de la construcción de una agenda de notas y entrevistas que tematizaron preocupaciones de la agenda de las mujeres, logró constituirse como una puerta y/o bisagra a la generación de una agenda mediática feminista en los medios rosarinos y regionales.

“Pensar en la comunicación es hacer gestión del proyecto político. De manera que para aportar a una comunicación popular, alternativa y transformadora, el enfoque de género es una premisa indispensable.” (Cremona, 2011. p .61)

Entre el 13 de julio y el 9 de noviembre de 1999 todos los martes el diario El Ciudadano publicó *La Cazadora*, el primer suplemento con perspectiva de género de Rosario. La iniciativa fue un emprendimiento colectivo de las periodistas de aquel entonces de la sección Ciudad del diario: Sonia Tessa, Fernanda Blasco, Carolina Monje y Cecilia Vallina. El suplemento contaba con una nota de tapa que abordaba un tema de actualidad desde la óptica de las mujeres, o instalaba debates que se corrían de una lógica deducible en una revista para mujeres de los años ‘90. Había una entrevista a mujeres y otras secciones: *Feminario*, de Pablo Makovsky; *La Caravana*, un recorrido por los bares; *La Forma Propia*, columna de Gabriela Morales sobre cuerpo y movimiento; *La Armadura*, donde Silvia Querede planteaba otra mirada sobre indumentaria y *Esa Mujer*, donde se consultaba a varones sobre alguna mujer que los haya marcado. La experiencia duró apenas 5 meses y tuvo 18 números, luego se convirtió en una doble página<sup>2</sup> del diario *El Ciudadano* hasta que desapareció.

En este año este suplemento fue recuperado por la Cooperativa de Trabajo “La Cigarra Limitada”, editora de dicho diario, para que la agenda feminista siga manifestando y marcando agenda a nivel regional y nacional.

En julio del año 2019 a raíz de la conmemoración por las dos décadas de la construcción de la revista, el diario El Ciudadano presentó su primer libro titulado: “*Cazadoras. 20 años de construcción de periodismo feminista*”, el mismo reúne textos e ilustraciones de periodistas que trabajaron en *La Cazadora* y en El Ciudadano en los últimos 20 años.

En el libro, Cecilia Vallina (Ex trabajadora de El Ciudadano), relata su experiencia como propulsora del nacimiento del suplemento *La Cazadora* en un diario que era nuevo en la

---

<sup>2</sup> En diseño gráfico, se llama así a la unidad conceptual y de trabajo que forman dos páginas enfrentadas en una publicación, ya que el lector las va a ver juntas al abrir el impreso. Por extensión cualquier elemento que se haya colocado ocupando las dos páginas: Una foto a doble página, un titular a doble página.

ciudad como lo fue El Ciudadano en el año 1999. Vallina, al referirse sobre el surgimiento de la revista sostiene que:

“Fuimos varias compañeras las que entendimos que debíamos discutir una agenda de género. Así nació el suplemento *La Cazadora*. El nombre irradiaba para nosotras la potencia que contiene esa figura enunciada en femenino, donde están presentes el cuerpo, el deseo, la mirada atenta, la capacidad de formular estrategias, la persistencia, la valoración de la experiencia, la transmisión de los saberes.” (2019. p. 8)

En el pliego de cuatro páginas se dieron los primeros pasos para pensar la agenda de las mujeres desde una perspectiva que intentaba romper con la lógica machista. Fue el lugar donde por primera vez se publicaron cifras sobre la problemática del aborto en la ciudad de Rosario, donde varones escribieron sobre la violación dentro del matrimonio o donde una diseñadora se animó a no hablar de moda.

Sonia Tessa (*ex trabajadora del ciudadano - creadora del suplemento La Cazadora*), en el libro “*Cazadoras. 20 años de construcción de periodismo feminista*”, detalla el ímpetu que reinaba entre las distintas periodistas en la realización del suplemento *La Cazadora* y el impacto político que buscaban proponer con el mismo en la ciudad. Para referirse a ello sostiene:

“Proponíamos otros temas, una mirada oblicua de la agenda periodística, otros protagonismos. No queríamos hacer historia, pero esa historia nos quemaba en las manos. El silencio era ominoso, y nosotras queríamos hablar de lo que pasaba, de lo que venía pasando de un modo muy subterráneo, y que hoy inunda la agenda periodística, la vida social, las calles, como una marea imparable.” (2019. p. 4)

En el marco de contemplar a la palabra como una herramienta transformadora se realiza un análisis de cómo se trataron en los medios impresos rosarinos las temáticas que intentó visibilizar el movimiento feminista en los años ‘90. A la vez, se analiza cómo la “impronta” feminista también llegó a conquistar el ámbito laboral, con una mayor participación de las mujeres en los espacios laborales.

Como evidencia Judith Butler en *Lenguaje poder e identidad* (1997), los instrumentos mediante los cuales la violencia se insinúa y actúa a nivel simbólico y psicológico son las representaciones culturales y el lenguaje. La identidad existe gracias al reconocimiento del otro, entonces de este postulado se deduce que depende mayoritariamente de un lenguaje del cual el sujeto no es autor. “¿Podría acaso el lenguaje herirnos si no fuéramos, en algún sentido, seres lingüísticos, seres que necesitan del lenguaje para existir?”, se pregunta la

autora (2004. p. 16). El lenguaje como representación cultural es entonces un instrumento poderoso, con una fuerza violenta intrínseca muy fuerte que se desencadena con la repetición. Como sostienen Ana María Portugal y Carmen Torres:

“Si bien la comunicación feminista es un fenómeno que abarca algo más de cien años, es recién en este siglo, gracias a la emergencia de los movimientos de mujeres, que se sientan las bases para desarrollar una propuesta comunicacional capaz de contribuir a la democratización de los medios” (1996. p. 9)

Este trabajo se enmarca en la perspectiva de la investigación feminista que ha permitido conocer la situación de las mujeres en el mundo y en particular, en la que se ha preocupado por la representación de la lucha feminista dentro de los medios y a lo largo de la historia.

A once años de la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual<sup>3</sup>, se realiza una descripción de cómo han ingresado ciertas categorías feministas al círculo mediático de los años ‘90.

Tal como sostiene Sandra Chaher (2016):

“La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual fue aprobada en octubre del 2009, pocos meses después de la Ley de Protección Integral de Violencia hacia las Mujeres. Entre ambas, configuraron un marco normativo que ha ampliado el debate y las acciones en los últimos años en torno a comunicación y género, ubicando a Argentina a la vanguardia de la región y del mundo en el acceso a la igualdad en los medios de comunicación.” (p. 56)

Como sostiene al respecto Sandra Chaher: “los debates en torno al género y sexualidades han adquirido una relevancia creciente en las últimas décadas a nivel internacional y -más tardíamente- nacional, como un problema de derechos y de política pública.” (Chaher, 2014; Elizalde, 2007).

El análisis de la representación por parte de las mujeres parte de considerar que la participación social y la toma de decisiones de las mujeres depende, en gran medida, del modo en que los medios las hacen visibles e inciden en el contexto vital de las personas, como ciudadanas activas, como sujetos agentes de la historia con capacidad de acción y toma de decisiones.

---

<sup>3</sup> La Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, conocida como Ley de Medios, es una ley que establece las normas para regir el funcionamiento y la distribución de licencias de los medios radiales y televisivos en la República Argentina. El Gobierno argentino modificó en el año 2016 a través de un decreto dicha ley, disolvió organismos regulatorios y creó el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM), pese a que un juez había dictado una medida para frenar cambios.

“¿De qué se está hablando cuando se habla de comunicación para el cambio social, ¿cuáles son los modos de producir y difundir la información o los modos de gestionar la comunicación con objetivo de transformación?” (Cremona, 2011, p. 52)

Cuando nos proponemos reflexionar sobre género, queremos separarnos de igualar género a mujer y hablar de la multiplicidad de identidades que surgen de las diferentes maneras de vivir la sexualidad.

A lo largo de muchas investigaciones se ha analizado la importancia que tiene la incorporación de una perspectiva de género en los medios de comunicación a sabiendas de que el lenguaje, el vocabulario y la manera en la que se transmite información en los medios forman parte de la creación de una imagen social de las mujeres que alimenta un imaginario común acerca de las identidades sexuales y la relación entre varones y mujeres a partir de las cuales las personas se constituyen, se identifican con un ser y hacer social.

Al respecto se sostiene lo dicho en el libro “*Argentina: medios de comunicación y género ¿hemos cumplido con la plataforma de acción de Beijing?*”: “Los discursos mediáticos no ofrecen una imagen equilibrada de los modos de vida de las mujeres. Basta con intentar reconocernos en las publicidades, en los personajes femeninos de los programas televisivos, o en los titulares de los periódicos para comprobar que muy poco tenemos que ver con ellas.” (Barcaglioni, Florentín y Gabioud, 2018., p. 15)

Según el informe del Proyecto de Monitoreo Global de Medios de la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC) del 2010, casi la mitad (48 por ciento) de las noticias refuerzan los estereotipos de género, mientras que 8 por ciento de las noticias lo cuestionan.

Florencia Cremona en el “*Cuaderno de cátedra comunicación y género*” de la Universidad Nacional de La Plata, sostiene que los modelos de *deber ser* y *deber hacer* crean una complejidad de significación para naturalizar conceptos y a la vez excluir o invisibilizar a otros. Además, aclara que dichos conceptos se basan en un fuerte arraigo cultural ya que a través del tiempo se han ido transformando, tomando cuerpo y consiguiendo ciertos avales institucionales como también se han ido legitimando en el mismo discurso social. (2011. p. 81) ¿Qué es la perspectiva de género en el periodismo? Comencemos por diferenciar sexo de género. Según Katrin Gothmann, sexo “se refiere a las características biológicas que definen a varones y mujeres”, y género “a las diferencias socioculturales entre mujeres y varones que han sido aprendidas, cambian con el tiempo y presentan grandes variaciones tanto entre diversas culturas como dentro de una misma cultura”. Y cita el siguiente ejemplo: mientras sólo las mujeres podemos dar a luz (una diferencia determinada biológicamente), la biología

no dictamina quién cuidará a los niños (comportamiento sociológicamente determinado). (Chaher y Santoro. 2007, p. 125)

La importancia de la perspectiva de género en los medios de comunicación radica al contemplar a los medios como creadores y reproductores de distintas realidades y subjetividades, de ahí nace la importancia de la creación de contenidos periodísticos desde la pluralidad, diversas voces y visiones del mundo.

“Los sentidos sobre la vida social son sentidos históricos, se construyen, se cuestionan, se modifican. Por lo tanto, considerar la perspectiva de género como un recurso para transformar la forma de construir los discursos mediáticos es una opción política para profesionales de la comunicación.” (Barcaglioni et al. 2018. p. 23)

Es imprescindible contemplar la educación con perspectiva de género en la formación de las y los profesionales en comunicación, ya que el tratamiento determinados discursos de género en los medios no sólo pasa por la difusión en forma de anuncio, sino también por la generación de información que ayude a entender los patrones culturales, machistas y patriarcales, productores y reproductores de violencia simbólica<sup>4</sup>.

“A pesar de los notables avances registrados en los últimos años en términos de “visibilización” e incorporación en la agenda política, de los principales reclamos del movimiento de mujeres y feminista, todavía queda un largo camino por recorrer en términos de vigencia efectiva de derechos.” (Bertolo, 2019)

El enfoque de género debe ser transversal a todos los temas y, por lo tanto, a todas las secciones de los medios de comunicación. Debería ser parte de la formación habitual de un/a periodista, como lo es la economía, la historia, la semiótica, o las relaciones internacionales. Sostiene Katrin Gothmann (2007):

“La transversalidad de género en el periodismo consiste en la consideración y evaluación del impacto, para mujeres y hombres, de los temas políticos y sociales que son objeto de cobertura. Ello implica tomar en cuenta que hay diferencias en las necesidades y realidades de ambos sexos. El objetivo de la transversalidad en el periodismo es evitar discriminaciones y oponerse a las desigualdades existentes, aprovechando el poder que tienen las y los periodistas para promover la igualdad de género”. (p. 133)

---

<sup>4</sup> Violencia simbólica es un concepto instituido por el sociólogo francés Pierre Bourdieu en la década de los 70, que en ciencias sociales se utiliza para describir una relación social donde el "dominador" ejerce un modo de violencia indirecta y no físicamente directa en contra de los "dominados", los cuales no la evidencian o son inconscientes de dichas prácticas en su contra, por lo cual son "cómplices de la dominación a la que están sometidos" (Bourdieu, 1994).

Lo interesante y complejo de describir la relevancia que se tiene en que los discursos provenientes de los medios se encuentren atravesados por la perspectiva de género, parte de poder considerar a los medios de comunicación como potenciales herramientas para informar, mostrar y describir las situaciones de las que habitualmente somos víctimas las mujeres y disidencias sexuales.

Dicho por Diana Maffía en el libro *“Las palabras tienen sexo”*: “Como todo cambio cultural, debe ser colectivamente asumido. Los medios pueden producir, con su poder, una subversión semiótica y transformarse en herramientas de emancipación.” (2007. p. 33)

Esta tesina se presenta como una propuesta para las mujeres y las disidencias sexuales, sosteniendo que no debemos dejar de considerar a los medios como un espacio decidido a apropiarse y así dar batallas cotidianas por la equidad de género en las redacciones, por una mirada con perspectiva de género en toda la agenda de noticias, por rescatar y evidenciar todas las experiencias que antecedieron en estas luchas. Es decir, se presenta como una proposición para movilizar, alterar y de esa manera mejorar este *status quo* que sobrevive en los medios y el cual nos oprime, nos domina y sobre todo del cual somos víctimas y victimarios, pero también parte de considerar a los medios desde una dimensión política, como herramientas activas y potencialmente preparadas para provocar aquello que hace falta para una posible e inminente transformación social.

Tal como sostiene Liliana Hendel (2007) en el libro *“Las palabras tienen sexo”*: “Si, como decía Louis Althusser, la Iglesia, la escuela y la televisión son reproductores de las ideas y los valores que sustentan el sistema capitalista, nosotras agregamos patriarcal y machista, es allí donde habrá que trabajar intensamente, con mucha atención para que el relato del acontecimiento no avale al sistema que lo produce, sino todo lo contrario.” (p. 190)

Por todo esto y más, por la importancia indiscutible que los medios tienen y por el rol principal que esta sociedad le asigna al periodismo, es que esta investigación es una invitación a apropiarnos de la historia, de las palabras y como consecuencia del futuro. Si en este nuevo siglo será en el campo de las comunicaciones donde se ganen o pierdan todas las batallas, sin ninguna duda, la invitación es además para las mujeres un pacto, una elección y un compromiso.

## MARCO TEÓRICO

Las noticias se construyen a través de la selección, el control y las formas de procesamiento que responden a "instrucciones de las empresas de comunicación, junto a las actitudes, valores consensuados o aceptados y prejuicios compartidos entre la sociedad y los medios" (Martini, 2007, p. 77). Este trabajo se verá enriquecido por los aportes de Eliseo Verón en sus estudios sobre la prensa gráfica y teoría de los discursos sociales.

“Toda producción de sentido, en efecto, tiene una manifestación material. Esta materialidad del sentido define la condición esencial, el punto de partida necesario de todo estudio empírico de la producción de sentido. Siempre partimos de —paquetes de materias sensibles investidas de sentido que son productos; con otras palabras, partimos siempre de configuraciones de sentido identificadas sobre un soporte material (texto lingüístico, imagen, sistema de acción cuyo soporte es el cuerpo, etcétera...) que son fragmentos de la semiosis.” (...) “Cualquiera que fuere el soporte material, lo que llamamos un discurso o un conjunto discursivo no es otra cosa que una configuración espacio-temporal de sentido.” (1993, p. 126)

Se trabajará sobre lo descrito por Verón cuando sostiene que una teoría de los discursos sociales no considera la prensa escrita como lugar de manifestación de las reglas de la lengua, sino como uno de los terrenos donde se diseñan, bajo la materialidad de la escritura, los objetos propios: los discursos.

Eliseo Verón en su teoría de los discursos sociales plantea que dicha teoría descansa sobre una doble hipótesis:

“a) toda producción de sentido es necesariamente social: no se puede describir ni explicar satisfactoriamente un proceso significante, sin explicar sus condiciones sociales productivas.” y “b) todo fenómeno social es, en una de sus dimensiones constitutivas, un proceso de producción de sentido, cualquiera que fuere el nivel de análisis (más o menos micro o macro sociológico)”. (1993, p. 125)

Este doble anclaje sólo puede revelarse cuando se considera la producción de sentido como *discursiva*. Esto quiere decir que es solo en el nivel de la discursividad donde el sentido manifiesta sus determinaciones sociales y los fenómenos sociales develan su dimensión significativa.

“Una teoría de la producción de sentido es una teoría del observador. El sentido no es subjetivo ni objetivo: es una relación (compleja) entre la producción y la recepción, en el seno de los intercambios discursivos. Esta relación sólo puede ser adecuadamente captada

desde la posición del observador, que es la que ocupa el analista de discurso ” (Veron y Sigal, 2003, p. 4)

Todo discurso se relaciona a partir de determinadas reglas, tanto con sus condiciones de producción como con sus condiciones de reconocimiento. Dichas reglas componen lo que Verón llama gramáticas. Las reglas de generación corresponden a las gramáticas de producción; las de lectura, a las gramáticas de reconocimiento. Las reglas describen operaciones de asignación de sentido que deben reconstruirse o postularse a partir de las marcas que éstas dejan en la materia significante; entre producción y reconocimiento, siempre hay una diferencia, una distancia, en la circulación.

“Este carácter no lineal (o si se prefiere, no “mecánico”) de la circulación del sentido, conduce a distinguir dos grandes capítulos en la investigación de los discursos sociales, que corresponden a dos modos de análisis del discurso: la producción y el reconocimiento” (Verón y Sigal, 2003, p. 5)

Se puede inferir a partir de lo anteriormente dicho, que trabajar con la noción de discurso es trabajar con las operaciones discursivas y las estrategias que fueron llevadas a cabo en dicho texto. Las mismas se pueden encontrar a través de la búsqueda de las marcas que el enunciador deja en su enunciado. Para Verón, el análisis del discurso se realiza estableciendo un lazo entre esa “textualidad” a analizar y las condiciones en que ha sido producida. Siguiendo con los lineamientos teóricos, este trabajo se va a basar sobre las nociones de “contrato de lectura” planteadas también por Eliseo Verón al hablar del discurso de la prensa gráfica y de las diferencias entre un soporte y otro que tienen la misma temática en sus publicaciones pero que difieren en el contrato de lectura, más específicamente en el dispositivo de enunciación. Verón sostiene: “En un discurso las modalidades del decir construyen el dispositivo de enunciación que incluye:

- La imagen del que habla: El enunciador. Se trata de un lugar que se atribuye a sí mismo quien habla. Esta imagen supone un lugar se atribuye al que habla y un modelo de relación con lo que él mismo dice.
- La imagen de aquel a quien se dirige el discurso: El destinatario. La imagen del sujeto al cual el discurso va dirigido.
- La relación entre el enunciador y el destinatario que se propone en el discurso y a través del discurso.”

En cualquier discurso se trata de distinguir dos niveles: el enunciado y la enunciación. El nivel del enunciado se refiere a aquello de lo que se dice, en tanto al nivel de la enunciación se trata de las modalidades del decir. Para Verón en todo discurso se construye una imagen de

aquel que habla (el enunciador), una imagen de aquél a quien se habla (el destinatario), y por ende se construye una relación o nexo entre estas dos categorías. Todo soporte de prensa constituye su dispositivo de enunciación. En el caso de la prensa gráfica, Verón, llama a este dispositivo de enunciación el contrato de lectura.

“La relación entre un soporte y su lectura reposa sobre lo que llamaremos el contrato de lectura . El discurso del soporte por una parte, y sus lectores, por la otra. Ellas son las dos “partes”, entre las cuales se establece, como en todo contrato, un nexo, el de la lectura. En el caso de las comunicaciones de masa, es el medio el que propone el contrato.” (Veron, 1985, p. 2)

Si la distinción entre enunciación y enunciado es importante, lo es porque un mismo contenido puede enmarcarse mediante modalidades de enunciación muy diferentes. Lo que el enunciador dice, constituye una dimensión importante para el contrato de lectura. El hecho de que un mismo contenido pueda estar a cargo de dispositivos de enunciación muy diferentes, adquiere un interés particular en el caso de la prensa gráfica, y en este caso en *La Cazadora*.

Para ilustrar el funcionamiento del contrato de lectura, Verón plantea en su texto “*Cuando leer es hacer: la enunciación en el discurso de la prensa gráfica*” distintas modalidades de contrato que tendremos en cuenta para analizar las portadas seleccionadas en esta investigación. Aquí sostiene que el discurso de un soporte determinado puede estar atravesado por un contrato de lectura donde predomina una determinada modalidad de enunciación, y para explicitarlo, distingue tipos de enunciadores:

El *enunciador pedagógico* se funda en una relación complementaria con el destinatario, al posicionarse como una figura poseedora de un saber complementariamente con el destinatario que no posee ese saber, por lo tanto es una relación asimétrica y distante. Al respecto Verón sostiene: “Aquí el contrato se construye entre un “nos” y un “ustedes” explicitados, y el nexo se hará entre dos partes desiguales, una que aconseja, informa, propone, advierte, brevemente, que sabe; la otra que no sabe y es definida como destinatario receptivo, o más o menos pasivo, que aprovecha.” (1985. p. 117). Se caracteriza por ser una portada en el que el texto y la imagen están articulados entre sí y en el interior de la revista, que mantiene una distancia objetiva con el enunciatario.

La segunda modalidad enunciativa del contrato de lectura que plantea Verón es la del enunciador que borra las marcas que dan cuenta de la relación que establece con su

destinatario, transformándolo en un tipo de contrato “*objetivo o impersonal*”. Donde no se establece ningún recurso lingüístico como un “nosotros”, “usted” o “ustedes” que establezca un vínculo con el destinatario. Un enunciador objetivo es aquel que habla “la verdad” para lo cual combina aserciones no modalizadas, pregunta en tercera persona, utiliza un registro impersonal, no interroga a su destinatario, etc.

El *enunciador cómplice* propone un acercamiento y un vínculo con el destinatario en la escena enunciativa. El cual no se construye desde la pedagogía de la clasificación, por lo tanto es una relación simétrica y cercana entre enunciador y enunciatario. Al referirse a ello, Verón sostiene “Una operación que es muy utilizada en el cuadro de un contrato de complicidad, consiste en constituir una enunciación que es atribuible a la vez al enunciador y al destinatario” (Verón, 1985).

Al tratarse este análisis de discurso también un análisis de los recursos estilísticos y retóricos llevados a cabo por *La Cazadora* en cada una de sus noticias es que consideramos adecuado los aportes de Eliseo Verón al sostener que el contrato de lectura concierne también a las imágenes, en esta ocasión Verón distingue varias modalidades pero compara dos: la retórica de las pasiones y la pose. Acerca de lo referido, Verón sostiene “Lejos de ser extrañas al contrato de lectura, las imágenes son uno de los lugares privilegiados donde ésta se constituye, donde el enunciador teje el nexo con su lector, donde al destinatario se le propone una cierta mirada sobre el mundo.” (1985)

La modalidad *retórica de las pasiones* se caracteriza por advertir expresiones de conceptos abstractos, es decir, donde se perciben a los personajes y sus actitudes de manera natural, improvisada, sin una pose. Como sostiene Verón “Como se trata, en el caso de la retórica de las pasiones, de hacer significar la expresión de la cara del personaje representado, estas imágenes han sido “tomadas” al personaje; le han sido, podríamos decir, “arrancadas” (1985.p 60) El objetivo principal del enunciante es la captación de lo desprevenido.

En cuanto a la modalidad *pose*, oponiéndose a la retórica de las pasiones, es la foto de reportaje y utilización de la imagen por un medio (prensa), donde el personaje posa para ser fotografiado. Como expresa Verón: “El punto de partida es una imagen no evenemencial, atemporal: la foto de estudio, la pose. Un personaje que posa, trata de hacer ver, no el accidente anecdótico sino su carácter (o al menos, uno de sus aspectos)” (1985, p. 75)

Continuando con el enfoque teórico, vale recordar que este trabajo se basa sobre las nociones en torno al discurso feminista de los años '90, y al respecto debemos mencionar el aporte de Joan Scott sobre la categoría de lenguaje: "Por "lenguaje" entiendo no solo las simples palabras en su uso literal, sino la creación del sentido a través de la diferenciación." y agrega: "si nos ocupamos de las formas en que el lenguaje construye el sentido, estaremos en una buena posición para encontrar al género." (Verón, 1985, p.80)

Scott (1992) sostiene que el sentido se construye en base a la diferencia (al distinguir explícita o implícitamente algo que es de algo que no es), y propone pensar por lo tanto que la diferencia sexual es una manera notable de especificar o instaurar el sentido. "Los lenguajes conceptuales se sirven de la diferenciación para establecer el sentido, y que la diferencia sexual es una vía primaria de diferenciación simbólica. Por consiguiente, el género proporciona una vía de decodificación del sentido y de comprensión de las complejas conexiones entre varias formas de interacción humana" (Verón, 1985, p.69)

Otro autor a tener en cuenta para el desarrollo de esta investigación es Chaïm Perelman (1997) y su *teoría de la argumentación* donde sostiene: "La teoría de la argumentación -concebida como una nueva retórica o una nueva dialéctica- cubre todo el campo del discurso que busca persuadir o convencer, cualquiera sea el auditorio al cual se dirige y cualquiera sea la materia sobre la cual versa." (p. 24)

Además señala que "el fin de una argumentación" no es deducir las consecuencias de ciertas premisas sino "producir o acrecentar la adhesión de un auditorio a las tesis que se presentan a su asentimiento", ella no se desarrolla jamás en el vacío. "La argumentación, presupone, en efecto, un contacto de los espíritus entre el orador y su auditorio."

Basándonos en Perelman (1997), si la argumentación tiene como fin incitar a la acción o crear una disposición a la acción sobre el auditorio sobre el cual versa, *La Cazadora* elabora y argumenta su discurso con la finalidad de disponer a las mujeres - sobre todo a las rosarinas- al cuestionamiento de los roles tradicionales del género conociendo nuevas voces de mujeres pares e informándose sobre temáticas y sucesos relacionados a temáticas pura y exclusiva de mujeres, que hasta entonces nunca habían sido siquiera mencionados en los medios de comunicación hegemónicos.

Al respecto, se profundizará esta temática con los aportes teóricos del investigador canadiense Marc Angenot, quien es considerado el padre de la Teoría de los Discursos Sociales. En relación a esto, él señala que todo discurso es un hecho social dado que está dotado de un poder social, se impone a una colectividad y se interioriza en las conciencias.

Asimismo este trabajo se verá enriquecido por los aportes conceptuales de los Estudios Culturales de Birmingham, quienes retoman el concepto de hegemonía de Antonio Gramsci comprendiéndola como la “dirección moral e intelectual” en la que una clase o grupo social logra superar los intereses corporativos y comienza a dirigir a otros grupos o clases sociales (Gramsci, 1981). Siguiendo esta línea, los medios de comunicación, en sus distintos formatos y dispositivos, actúan en relación con la producción de sentido común para volverlo mapa hegemónico de la representación del mundo.

Los Estudios Culturales se interesan en ver cómo opera la hegemonía en las diferentes prácticas culturales y al mismo tiempo cómo puede ser resistida para crear nuevos significados diferentes a los dominantes.

En relación a un concepto de hegemonía, Marc Angenot (2012) en su libro “El discurso social” sostiene: “Llamaremos hegemonía, entendida como un conjunto complejo de reglas prescriptivas de diversificación de lo decible y de cohesión, de coalescencia, de integración.” y agrega: “La hegemonía es, más bien, el conjunto de los "repertorios" y reglas y la topología de los "estatus" que confieren a esas entidades discursivas posiciones de influencia y prestigio, y les procuran estilos, formas, microrrelatos y argumentos que contribuyen a su aceptabilidad.” (p. 29)

Esta investigación reposa en el análisis de discurso sobre cinco tapas de la revista *La Cazadora*, y es por ello que ante el análisis de las portadas correspondientes conviene detallar el concepto de “tapa” que propone Gastón Cingolani es su texto: “Tapas de seminarios argentinos en el siglo XX”, donde sostiene que: “Considerado desde su condición de dispositivo técnico, “la tapa” funciona como un operador de bifurcación opcional en un recorrido.” (2009. p. 84)

Además, es el acceso a su universo discursivo y a la vez, una invitación a la lectura. De la estrategia enunciativa acertada y diferencial que el enunciador construya en la misma dependerá muchas veces de la aceptación del ejemplar.

A propósito de esto, Cingolani (2009) sostiene que:

“La tapa de un semanario, en alguno de sus aspectos, opera como una puerta. En términos de un desplazamiento espacial, una puerta es un operador de separación entre dos espacios y al mismo tiempo su posibilidad ostensible de traspaso; es decir, es un dispositivo de clausura y de apertura a la vez. Esta cualidad hace de las puertas un objeto que condiciona -según los casos, de modos diferentes- a quienes pasan de un lado a otro a través suyo, así como a quienes permanecen frente a ella sin transponerla.” (p. 84) .

De acuerdo a lo mencionado es que enumera tres modos de ser de las “puertas”:

*Puertas ciegas*: se trata de aquellas tapas que no dan ningún indicio sobre lo que contiene la revista. Suele identificarse en tapas cuyo único contenido es exclusivamente una imagen o una frase o slogan célebre. “hay puertas “ciegas” que no dan instrucciones acerca de qué hay del otro lado o de qué manera comprometerá a quien la traspase. (Cingolani, 2009. p. 84)

*Puertas signo*: se trata de aquellas tapas que brindan alguna evidencia sobre lo que va a contener la revista. Suelen caracterizarse como analogía de carteles o portales a modo de instructivo. “cuyos carteles indicadores dan algún tipo de pista o instructivo al transeúnte, del tipo "caballeros ``", "entrada de personal”, “atención de 9 a 18” o “cuidado con el perro”. (2009. p. 85)

Y por último, puertas que posibilitan la comprensión de lo que se encuentra dentro de cada soporte o revista. Es decir, donde el destinatario logra contemplar sin ningún tapujo el carácter del contenido. Tal como sostiene Cingolani (2009): “Puertas que dejan entrever, mejor o peor, lo que hay más allá de ellas, es decir, no antepone un signo sino que en todo caso lo que se aprecia es efectivamente una parte de lo que hay luego de ellas (es el caso de las puertas con algún tipo de trasluz o ventana que posibilita apreciar las cualidades del espacio contiguo).” (p. 85)

Analizando las tres modalidades de las tapas, Cingolani sostiene que únicamente las dos primeras descripciones aplican con un modo de ser de las portadas de las revistas, entendiendo que más allá de que cualquier volumen de revista o publicación impresa presente una tapa donde se pueda traslucir su contenido, lo único que se podría apreciar sería la página siguiente, ni siquiera la totalidad del contenido de la revista. Al respecto, Cingolani afirma:

“Esa información poco nos diría de las cualidades (discursivas, mediales) del volumen que la tapa encabeza. Tal vez por ello es que esta modalidad está ausente en la historia de las tapas (a excepción de algún caso notoriamente raro). Son, por su parte, las otras dos modalidades las que caracterizan las maneras de ser de las tapas.” (2009. p. 85)

Para el análisis también tomaremos en cuenta lo descrito por Cingolani al referirse a la construcción de identidad particular de cada revista: “hay un movimiento inter-discursivo (más fuerte casi siempre, más débil algunas veces) que es el del establecimiento de una regularidad visual determinante para la construcción de la identidad del semanario.” (2009. p. 86).

De tal modo, asegura que dicha construcción contiene dos vectores: la consolidación de la identidad de “marca” que trabaja sobre la fuerza de la repetición “rasgos que se repiten, en

general, depositados en el isologo de la marca, en el tipo de imagen en tapa y en la relación disposicional entre ambos” y la relación identitaria con el género o rubro, que trabaja sobre la fuerza de variación “semana a semana cada portada señala la aparición de una nueva edición, de modo que debe introducir un cambio visual lo suficientemente apreciable como para establecer ese gesto de renovación, sin perder la identidad.” (Cingolani, 2009. p. 86)

Para referirnos al desarrollo de la problemática enunciada en la introducción, consideramos necesario atender al uso del concepto de género relevando sus principales derivas teórico-metodológicas en el campo de los estudios de comunicación.

Al introducirnos dentro de la temática resulta necesario describir ciertos conceptos que nos van a acompañar a lo largo de todo el análisis y de esta investigación:

*Género* es un concepto que viene de la antropología. Lo utiliza por primera vez en el discurso feminista, Kate Millet, tomándolo de Stoller que lo había aplicado en sus estudios sobre transexualismo. La aportación inicial del Género fue clarificar la distinción entre lo biológico y lo cultural, en lo referente a las diferencias y la desigualdad entre los hombres y las mujeres, mostrando que diferencias biológicas se habían convertido en desigualdades sociales.

“El concepto Género pertenece al discurso feminista en tanto y en cuanto, las mujeres sujetos feministas utilizan su mediación para explicar las desigualdades entre los sexos, los significados que encierran, así cómo se han construido dichas desigualdades.” (Elizalde (2007. p. 15)

En sus múltiples acepciones, el concepto de género nos sirve para visualizar el lugar de los medios de comunicación como constructores de estereotipos, pautas y conductas que se esperan por parte de varones y mujeres; y como un espacio donde se reproduce la división de tareas según estos estereotipos de género.

A partir de esta concepción, se considera al género como el resultado de un proceso de socialización que se encuentra enmarcado dentro de un sistema de relaciones de poder como es el patriarcado, concepto que sostiene su eficacia en la actualidad debido a que: “a través del mismo se ha logrado instalar que las relaciones de poder entre los sexos responden a un sistema de organización social que, más allá de las variantes en función del contexto histórico y cultural, se mantiene vigente reproduciendo las desigualdades de poder” (Fabbri, 2013. p. 76).

En cuanto a los *Estereotipos de género*: Según la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (ACNUDH), un estereotipo de género "es una opinión o prejuicio generalizado acerca de atributos o características que hombres y mujeres

poseen o deberían poseer o de las funciones sociales que ambos desempeñan o deberían desempeñar"

“*La perspectiva de género* es una opción política para poner en evidencia la posición de desigualdad y subordinación de las mujeres en relación a los varones, pero también permite ver y denunciar los modos de construir y pensar las identidades sexuales desde una concepción de heterosexualidad normativa y obligatoria que excluye las formas de sexualidad que no adscriben a esa norma. Proponemos entender al género como una categoría de análisis transversal en todo proceso comunicativo.” (Cremona, 2011. p.31)

Para profundizar sobre el concepto de género, citamos la definición de Joan Scott en el libro “*El género: una categoría útil para el análisis histórico (1986)*” donde la autora sostiene que: “Al revisar la definición más extendida de esta categoría conceptual podemos establecer que género refiere a una construcción social, cultural e histórica que define y da sentido a la sexualidad, conformando un sistema de poder que opera a través de normas, tradiciones, estereotipos, que se producen y reproducen en los discursos públicos que circulan en las instituciones sociales. Estos estereotipos habilitan o delimitan determinadas conductas esperables, prácticas y esquemas de percepción de lxs individuos” (1986. p. 1059).

Al tratarse esta investigación de un análisis de discurso, resulta pertinente conceptualizar el término discurso, que en palabras de Joan W. Scott “ el discurso es una estructura específica de sentencias, términos y categorías, histórica, social e institucionalmente establecida, que opera como un auténtico sistema constituyente de significados mediante el cual los significados son construidos y las prácticas culturales organizadas y mediante el cual, por consiguiente, las personas representan y comprenden su mundo, incluyendo quiénes son y cómo se relacionan con los demás” (cit. en Cabrera, 2001).

Este trabajo se va a tratar específicamente sobre el discurso feminista. Para referirnos a ello, en palabras de Claudia Gómez Cañoles (2001-2002): “El discurso feminista surge al tomar voz propia y deslegitimar la tesis del hombre, que históricamente ha hablado en nombre de la *humanidad*. Este discurso es llamado *androcéntrico* o *falocéntrico*, entendiendo por ello un discurso enunciado por los hombres históricamente por ellos dejando afuera a la mujer”

Para comprender cómo se construyó el discurso feminista es necesario primero brindar algunos lineamientos teóricos.

En relación a esto, Miguel Ángel Cabrera (2001) sostiene que: “Cuando nace un nuevo discurso hay una quiebra de la comunidad discursiva y de sus relaciones de poder, (...) una ruptura discursiva, la aparición de una nueva forma de racionalidad discursiva que constituye nuevos modos de acción política y social.” (p. 171).

En él, las mujeres logran posicionarse como sujetos políticamente activos en su intento por deslegitimar el discurso patriarcal, diferenciándose de aquel y resignificando las categorías discursivas.

También en el desarrollo de este análisis se tendrá en cuenta los aportes brindados por Judith Butler (1997) en su libro *“Lenguaje, poder e identidad”* donde analiza la forma en que el lenguaje, en su dimensión performativa (de acto que produce efectos) juega un papel central en la constitución subjetiva (en la producción de la identidad), y cómo de este modo está implicado en la reproducción tanto como en la subversión de las relaciones de poder.

## METODOLOGÍA

La metodología empleada en esta investigación consistió en realizar un recorte del corpus compuesto por cinco suplementos de la revista *La Cazadora*; para de esta manera analizar las estrategias discursivas de la revista seleccionada, así como también, el ingreso de la agenda feminista a la agenda mediática en los años '90.

En este trabajo se utilizará un análisis de tipo cualitativo en donde se pondrá en manifiesto en la investigación, una serie de saberes y procedimientos que no están aislados sino atravesados por todo el proceso social y discursivo.

Dicho por Sautu (2007): “la investigación cualitativa consiste en aplicar una serie de prácticas interpretativas y materiales que hacen al mundo visible. Implica un acercamiento interpretativo y naturalista del mundo. Esto significa que los investigadores cualitativos estudian los objetos en sus escenarios naturales, intentando dar sentido a, o interpretar los fenómenos en términos de los significados que las personas les dan.” (p. 12)

En esta tesina se combina una reconstrucción de índole historiográfica, que permite relatar los modos en que *La Cazadora* se constituyó como medio, a la vez se caracterizará el contexto en que esto sucede con un análisis de tipo sociosemiótico que intentará dar cuenta de las modalidades discursivas que la caracterizan.

Para llevar a cabo esta investigación se recurrirá a la metodología del análisis de discurso. En palabras de Eliseo Verón, “El análisis de los discursos consiste en la identificación, dentro de la superficie discursiva, de las *huellas* que remiten a las condiciones de producción de los discursos. Estas *huellas* son el soporte de operaciones que uno debe reconstruir, operaciones que toman forma de reglas de engendramiento de estos discursos.” (2004. p, 201; 1998)

Además, para esta investigación se trabajará con el discurso dentro del nivel semiótico centrándose de forma detallada en las figuras, palabras, formas, colores y demás elementos de las tapas analizadas que contribuyen a conferir un significado al objeto estudiado, como también se tendrá en cuenta las condiciones de producción del discurso de *La Cazadora*, es decir aquellos contextos sociales, políticos, culturales y económicos que atravesaron su realización y desarrollo.

A través de esta metodología se buscará evidenciar que los términos empleados en las noticias escogidas y las fotografías que acompañan a las mismas no son productos del azar, sino que responden a la lógica que persiguen las líneas editoriales de los medios ya mencionados.

Como propone Guber (2005):

“El investigador describe una realidad particular, animada por complejos de relaciones que atañen y vinculan distintos campos de la vida social. Las etnografías presentan un retrato vivido de los más variados aspectos de una cultura: economía, organización social y política, sistema religioso y de creencias médicas, formas de socialización de los jóvenes, tratamiento de los ancianos, vínculos con la naturaleza, relaciones con otros grupos culturales, arte, tecnología, etcétera.” (p. 36)

A lo largo del desarrollo de esta investigación se citaran testimonios de periodistas que trabajaron en la redacción de la revista *La Cazadora* y en diario El Ciudadano en los últimos 20 años, dichos testimonios fueron recuperados de “*Cazadoras. 20 años de construcción de periodismo feminista*” libro publicado por la Cooperativa de Trabajo La Cigarra Limitada, editora del diario El Ciudadano al haberse cumplido 20 años de la publicación del primer número de la revista *La Cazadora*.

Por último, en el anexo se llevó a cabo una entrevista en profundidad semi estructurada a Sonia Tessa, periodista distinguida de la ciudad de Rosario y co-fundadora del suplemento *La Cazadora*, quien ha desarrollado un intenso trabajo con perspectiva de género y derechos humanos, colaborando en diferentes medios y organizaciones e instituciones públicas de la ciudad.

Desde el año 2008 y actualmente, se desempeña como editora de Rosario 12 y redactora en el suplemento *Las 12*, además de formar parte del equipo de Juana en el Arco, un programa semanal de Radio Universidad con enfoque de género. Se especializa en cuestiones de género y derechos humanos realizando en los últimos años una cobertura de distintos hechos relacionados con crímenes de lesa humanidad, como los juicios a los genocidas celebrados en los Tribunales Federales de Rosario y la recuperación de las historias de vida y muerte ligadas a la última dictadura cívico militar de Argentina.

Susana Frutos (1997) nos propone entender la entrevista en profundidad como una vivencia experiencial del entrevistador y el entrevistado:

“La entrevista es una instancia para la revisión de las ideas e imágenes de uno y otro en el fluir de su desarrollo. El carácter procesual de la misma posibilita el incremento del conocimiento del otro. Para Schultz, se trata del nivel más elevado de la experiencia por las posibilidades que abre a la ampliación y el enriquecimiento de la comprensión del otro. De allí la importancia atribuida a la mirada. La intersubjetividad se pone en acto privilegiadamente por la mirada, en tanto que representa un aspecto vivencial.” (p. 2)

El objetivo de la entrevista en profundidad es descubrir y comprender lo que los informantes traen con respecto a diversas situaciones personales y sociales, proporcionando una amplia gama de escenarios y favoreciendo la producción de un discurso conversacional, continuo, con cierta línea argumental sobre un tema definido en el marco de la investigación.

Antes de proseguir con los elementos regulares de las portadas y seguidamente de un análisis más detallado, cabe destacar que se procedió a la elección de cinco portadas como parte de una muestra con la cual se compuso el corpus a analizar, dicha elección se basó en aquellos ejemplares que tuvieron en cuenta la alusión a cinco temáticas centrales de la agenda feminista actual. De alguna manera en este recorte, intentamos rastrear las huellas genealógicas que incidieron en la consolidación de estos temas. Por lo tanto, las tapas seleccionadas son las que aluden a los siguientes ejes temáticos: la división sexual del trabajo, la lucha por el aborto legal, seguro y gratuito; estereotipos de género, violencia de género y la preocupación por desmitificar el instinto maternal, que corresponden a los números: Revista Nro 7: “Uñas pintadas sobre el volante”; Revista Nro 11: “Aborto en Rosario, las cifras del silencio”; Revista Nro 13: “Cuerpo de mujer, un campo de batalla”; Revista “Nro 14: Violaciones en casa, un muro de silencio”; y por último Revista Nro 15: “Contra el mito del instinto maternal.

Se plantean una serie de interrogantes a modo de guía para el desarrollo del análisis: ¿Cuáles son las estrategias de enunciación que desarrolla la revista *La Cazadora* en su tapa para construir un vínculo con sus lectoras?, ¿Cuáles son los temas de agenda que prioriza la tapa?, ¿Bajo qué modalidad enunciativa propone comunicarselos?

# CAPÍTULO 1

## - *El Ser* mujer en los años '90

En este primer capítulo describiremos el contexto político y económico de Argentina en los años '90 para ilustrar y evidenciar la realidad de las mujeres rosarinas de esa época, para así también dar luz a la realidad social, política y económica que se vivía en el surgimiento de *La Cazadora*.

A principios de los años '90, en plena época menemista, la sociedad se encontraba atravesando una fuerte ola neoliberal que afectó la estructura socioeconómica y cultural del país. De manera tal que entre el año 1991 y 2001 los argentinos soportaron no solo un neoliberalismo extremo, sino el aumento del desempleo, que pasó de 6% en 1989 a 22% en 2002. Además, entre julio de 1989 y diciembre de 1990, hubo un nivel de inflación superior a los 22000 %.

Debido al gran aumento de la desocupación, fueron las mujeres quienes debieron abandonar su lugar en el hogar como amas de casa y conquistar lugares en un mercado laboral restringido y precarizado.

“Las políticas neoliberales ingresaron al seno de los hogares argentinos sumiendo en la estrechez y las privaciones a millones de familias; algunas de ellas sufrieron una profundización de su situación cayendo en la indigencia y miles comenzaron a conocer una cara de la realidad que antes nunca habían enfrentado: la pobreza.” (Koldorf, 2008. p. 136)

Conjuntamente, en el “Panorama Social” elaborado por la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) (2002) se señala que la población ubicada por debajo de la línea de la pobreza representaba el 41% de la población total de la región en 1980, cuando se estimaba la misma en 352 millones de habitantes. En el año 2000, el porcentaje de pobreza pasó a ser el 44% de una población mucho mayor: unos 508 millones de habitantes. Las cifras del Banco Mundial (2001-2002) revelan que los indigentes pasaron de 48 millones en 1990 a 57 millones en 1999, y los pobres de 121 a 132 millones en igual período. (Koldorf, 2008.p. 136)

Dora Barrancos<sup>5</sup> (2010), sostiene al respecto de la coyuntura política y económica de los años '90:

---

<sup>5</sup> Investigadora, socióloga, profesora, historiadora y feminista argentina. Formó parte del directorio de CONICET, hasta mayo de 2019, cuando renunció en protesta por la reducción presupuestaria que afectó gravemente a la institución. En enero del año 2020 el Gobierno nacional oficializó su nombramiento como asesora presidencial "ad-honorem".

“En 1994, el país dio otro gran paso al incorporar a la Constitución Nacional la Convención contra toda Forma de Discriminación de las Mujeres, que contiene un vasto número de aspectos para igualar su estatus al de los varones, aunque se tiene la impresión de que quienes se obligan por juramento a respetarla todavía están lejos de hacerlo. No puede desconocerse que también hubo muchas mujeres movilizadas a raíz de la pérdida de empleos acaecida durante la década de 1990. Piquetes y campamentos realizados por desocupados, desde Neuquén a Salta, tuvieron intenso protagonismo femenino” (p. 2)

Se dio una presencia masiva de las mujeres en el ámbito público y privado. Se buscaron nuevas alternativas de empleo. Por la existencia de una gran cantidad de varones desempleados, las mujeres se insertaron en todo tipo de trabajo, lo cual les trajo beneficios como una independencia económica, gran aumento del autoestima, etc, como también desventajas, como la doble y triple jornada de trabajo.

“La división sexual del trabajo se basa en la delimitación de las dos esferas con las que tradicionalmente se ordena la vida social: la pública, relacionada con la participación en la toma de decisiones y en sectores del trabajo productivo, y la privada, relacionada con el trabajo reproductivo y doméstico.” (Pateman, 1995. p.54)

Las mujeres de ese entonces se sumergieron en un mercado laboral donde se perpetuaban lógicas machistas y patriarcales, que tuvo como una de sus ramificaciones la “segregación laboral”, es decir las mujeres no tenían las mismas oportunidades que los hombres de acceder a cualquier tipo de ocupación, y no sólo que su lugar dentro del mercado laboral era restringido por su género, sino que también los mismos estereotipos de género le asignaban a las mujeres una doble y triple jornada laboral en sus hogares, consecuencia de la inequidad en las tareas reproductivas y de cuidados.

Dichas características propia de la segregación laboral basada en el género se evidencian en el surgimiento de *La Cazadora*, dentro de la redacción del diario El Ciudadano tal cual lo sostiene Sonia Tessa<sup>6</sup>: “Nos sentíamos muy dejadas de lado por los compañeros varones entonces en ese sentido el suplemento nos sirvió como un lugar de referencia propio.” (S. Tessa, comunicación personal, 22 de octubre de 2020)

---

<sup>6</sup> Destacable periodista de la ciudad de Rosario, Santa Fe, Argentina. Ha desarrollado un intenso trabajo con perspectiva de género y derechos humanos, colaborando en diferentes medios y organizaciones e instituciones públicas de la ciudad. Se especializa en cuestiones de género y derechos humanos realizando en los últimos años una cobertura de distintos hechos relacionados con crímenes de lesa humanidad, como los juicios a los genocidas celebrados en los Tribunales Federales de Rosario y la recuperación de las historias de vida y muerte ligadas a la última dictadura cívico militar de Argentina.

Es decir, se ve reflejado que en el ámbito del trabajo periodístico se reproducen mecanismos de segregación laboral que hacen evidente los desequilibrios e inequidades asociadas a la división sexual del trabajo.

Tessa, en el libro “*Cazadoras. 20 años de construcción de periodismo feminista*” comenta sobre los comienzos de la revista *La Cazadora* y cómo se interpretaban éstas temáticas “disruptivas” en esa época, temáticas que hoy podemos nombrar como temáticas de género:

“Nos gustaban los temas que ahora sabemos son de género: aborto, derechos de los homosexuales (así les decíamos), historias de vida que hoy encuentro con tendencias al victimismo o a la épica. Eran nuestra forma de poner el foco en las injusticias. Queríamos contar todo, ni siquiera sabíamos –y era 1998, debimos saberlo– que lo personal era político. No habíamos leído a Simone de Beauvoir, no conocíamos todavía a Lohana Berkins. Sólo sabíamos que nos incomodaban los corsés. Ya no era la época de esos dispositivos que te quitaban el aire y sin embargo, había una malla invisible que nos ahogaba. Se llama patriarcado, podría decir ahora, que me resulta muy evidente.” (2019, p. 6)

Consideramos que en vinculación con la idea de la división sexual del trabajo, antes mencionada, los medios de comunicación forman parte de la arena pública, lo cual explicaría en parte la exclusión de la mujer de los puestos de toma de decisión.

En este punto, entendemos que los medios pueden ser considerados como parte de esos espacios públicos históricamente reservados para la masculinidad, lo que garantiza en gran medida la discriminación hacia las mujeres que aún hoy se vivencia en las prácticas cotidianas, incluso cuando esos mecanismos de exclusión sean más difíciles de detectar en el presente. Tal como sostiene Lucía Figueroa (2016) en su tesina de grado: “los medios de comunicación como espacios productivos están fuertemente asociados a la esfera pública, y en su interior se reproducen mecanismos que distinguen tareas masculinas y femeninas, es decir, actividades de prestigio y actividades sin reconocimiento”. En este estudio, considero esta situación como una de las variables que producen la segregación laboral en el desarrollo de las prácticas profesionales en los medios.

Dora Barrancos (2011), en base a la segregación laboral, menciona que “La opinión patriarcal ha sostenido que las actividades que exigen fuerza estén por completo vedadas a las mujeres, pero algunos puestos de trabajo se han “feminizado” –me refiero a los atributos “blandos” que obtuvieron, sustituyendo el esfuerzo corporal por la mediación técnica–, pero ello no ha significado un aumento de la participación de las mujeres.”

Es por ello que para este análisis resulta fundamental el uso de categorías como división sexual del trabajo, techo de cristal y segregación laboral, a la hora de analizar los factores que determinan la distribución de tareas y funciones en los espacios de producción periodística.

El término “*techo de cristal*” puede entenderse como una metáfora de la violencia simbólica a la que se somete a las mujeres en el mundo del trabajo. En este ámbito, los excesos machistas encuentran terreno fértil a la hora de sembrar sus injusticias. Las mujeres suelen recibir un sueldo menor que los hombres por realizar las mismas o mayor cantidad de tareas, y muchas de ellas trabajan de manera informal y sin seguridad social. Además, muy pocas logran obtener cargos ejecutivos, tanto en el ámbito privado como en el Estado.

La discriminación que sufren miles de mujeres en todo el mundo, lejos de ser un hecho histórico que poco a poco ha ido cambiando por su incorporación al sistema educativo y al mercado laboral, sigue muy presente.

Dora Barrancos (2011), sostiene al respecto:

“No hay duda de que circulan las viejas construcciones generizadas en las más renovadas estructuras institucionales, aun cuando se hayan sumado derechos y garantías para igualar los derechos de varones y mujeres, comenzando por el propio plexo constitucional. Lo cierto es que el mercado laboral exhibe a su antojo bienes sexistas, por completo inconstitucionales. Podríamos afirmar sin equivocarnos que es allí donde más se infringen los derechos de las mujeres. Se impone entonces un nuevo estado de conciencia para hacer posible una sociedad más democrática. El trabajo no debe tener sexo.”

Respecto a la segregación laboral basada en el género, los datos que arrojan investigaciones locales recientes (Faur & Zamberlin, 2007; Castillo, Novick, Rojo & Tumini; 2007), en nuestro país, y pese al crecimiento de la participación femenina en el mercado de trabajo, persiste un modo de inserción basado en la segregación horizontal (por rama y tipo de ocupación) y vertical (por niveles de jerarquía).

En estas investigaciones, se afirma que los estereotipos de género que predominan en la sociedad se trasladan hacia el mercado laboral, vinculando los atributos considerados positivos en las mujeres con su mayor presencia en las áreas del cuidado, la salud, la educación, el servicio doméstico, el comercio y las ocupaciones administrativas, entre otras. (Faur & Zamberlin, 2007).

De la misma manera, las características o rasgos negativos serían los responsables de descalificar a las mujeres para así imposibilitar su acceso a cargos jerárquicos, técnicos y profesionales.

Desde los años '90 hasta la actualidad, la presencia femenina dentro de la mayoría de los ámbitos ha crecido enormemente. A continuación se detallan algunos hechos para empezar a puntualizar un bosquejo de aquellas primeras apariciones de mujeres en el andamiaje político, social, cultural y económico de nuestro país. Como también ciertas leyes que podríamos definir de “primera generación” (leyes de violencia doméstica o intrafamiliar) como un soporte político y social que posibilitó el nacimiento de la revista:

- El 3 de junio de 1987, en Argentina se aprobó la Ley de Divorcio Vincular y se logró así modificar una norma de casi cien años que, a pesar de haber tenido una actualización en 1968, no había sido suficiente para adaptarse a los tiempos de ese entonces. A partir de ese momento, las personas divorciadas pudieron volver a contraer matrimonio y gozar de todas las garantías y derechos que conlleva ese vínculo.
- En febrero de 1988, en Mar del Plata tuvo lugar el femicidio de Alicia Muñoz -ex pareja de Carlos Monzón-. A raíz de este caso se comenzó a instalar y a dar luz a la violencia contra las mujeres en los medios de comunicación nacionales.
- En noviembre de 1990 tuvo lugar en San Bernardo, provincia de Buenos Aires, el V Encuentro Feminista Latinoamericano y del Caribe, evento que tiene lugar cada dos o tres años en distintas ciudades de América Latina. Organizado por feministas de Buenos Aires, Córdoba, Rosario y Montevideo. “Fue un proceso arduo y desgastante para quienes logramos llevarlo a cabo, pero también significó un enriquecimiento para todo el movimiento por el proceso de discusión que puso en marcha, antes, durante y después” (Chaher y Santoro, 2010. p. 28)
- A partir de la Ley de Cupos (24.012) sancionada en el año 1991, se determinó que un mínimo del 30% de los candidatos a cargos expectables presentados por los partidos políticos en las elecciones deben ser mujeres.

Estos son algunos de los hitos que no sólo dan lugar a las primeras apariciones de mujeres en espacios políticos y sociales de aquel entonces, sino que también se los describe a modo de contexto para poder adentrarnos en algunos de los andamiajes y legislaciones que daban cuenta del clima de época.

## CAPÍTULO 2

- El ingreso de la perspectiva de género a la agenda de los medios de comunicación

En este capítulo intentaremos dar respuesta a una serie de preguntas: ¿Cómo, cuándo y a partir de qué momento *La Cazadora* irrumpe con una agenda de género en la escena mediática de la ciudad de Rosario?

En este capítulo describiremos el contexto social y mediático que rodea el surgimiento de *La Cazadora* y su agenda de género en la escena de los medios de la ciudad de Rosario.

En esta década los feminismos se enfocaron en la crítica a la producción de contenidos sexistas por parte de los medios de comunicación, con la certeza que, a través de éstos, los medios construyen realidades. Así, se piensa a la perspectiva de género como una herramienta para poder analizar el contenido reproducido por los medios que “*encasillan a las mujeres en roles asociados al trabajo privado, al cuidado, a la maternidad, a la gestación, etc*”.

El terreno del discurso social, el terreno de la cultura y la comunicación es un terreno de modelación social y, por ende, terreno de disputas y negociaciones, conflictos y acuerdos en la producción de sentido. Reconocer lo que hegemoniza ese campo no impide proponer alternativas, emprender el camino del cuestionamiento. (Cremona, 2011. p. 57)

En el libro “*Cazadoras. 20 años de construcción de periodismo feminista*”, Lucia Demarchi (Trabajadora de Política de El Ciudadano) brinda su testimonio sobre su primer acercamiento con un periodismo de género:

“Cuando empecé a trabajar en El Ciudadano era 2006, y nunca había escuchado la palabra femicidio. En vez de eso hablábamos de “crímenes pasionales”, y agrega: “ponemos en crisis las palabras y las propias estructuras que violentan e invisibilizan a las mujeres. Asumimos que el lenguaje es político y que es en ese campo donde hay que librar la batalla.” (2019, p. 12)

Los feminismos han contribuido a poner en discusión los límites entre lo público y lo privado y a relatar la violencia contra las mujeres como un hecho social y no privado. El cambio de denominaciones de violencia familiar a violencia de las mujeres o de crimen pasional a femicidio es producto no sólo de mutaciones del lenguaje, sino también consecuencia de un

proceso político que permite empezar a nombrar realidades e injusticias antes no mencionadas.

En este sentido, Lucia Demarchi<sup>7</sup> sostiene que en *La Cazadora* lograron construir realidades -distintas a las reproducidas por los medios hegemónicos-, utilizando un lenguaje que tenía en cuenta los relatos de las mujeres víctimas de violencia de género:

“Crimen pasional”: las mismas palabras salidas de la boca de los vecinos, de la policía, de los jueces y reproducidas por los diarios, la radio y la televisión. Costó instalar la idea de que detrás de eso había una disculpa al victimario, que no es inocente teñir de amor la forma más extrema de la violencia de género, que las palabras construyen el mundo y que, por eso mismo, no da lo mismo una que otra. Los medios de comunicación son los principales responsables de esas construcciones y por eso los que ponemos a circular la palabra tenemos que asumir la misión de no reproducir y no reforzar los estereotipos que encarnan la violencia verbal y simbólica hacia las mujeres.” (2019, p. 12)

A pesar de las significativas transformaciones sociales que ocurrieron en los últimos años, los medios continúan siendo actores sociales de relevancia en el escenario político y social, condicionando las principales agendas políticas y orientaciones de los procesos sociales.

Los medios siguen siendo un lugar donde prevalece la lógica machista y patriarcal, donde prevalece una cultura masculinizada, tanto en su modo de hacer como de pensar. Históricamente, para los medios el lugar de la mujer fue el ámbito privado (esposa, madre y ama de casa).

Cremona (2011), propone una serie de interrogantes que permiten cuestionar los estereotipos de género que provienen de la construcción de la imagen de “mujer” que circula en los medios de comunicación: “¿Cuáles son los lugares habitados para la verdad conferidos a las mujeres: el caño, la amante novia de alguien, la “renuncia” a la maternidad a causa/por éxito, la mujer quelohacetodo tomando vitaminas? ¿Con qué pueden soñar las mujeres cuando ven televisión?” (p.21)

Los medios de comunicación constituyen una instancia fundamental de socialización, junto con la escuela y la familia. Estas instituciones conforman los modos imaginarios de lo que debe ser una mujer. (Chaher y Santoro, 2007)

---

<sup>7</sup> Trabajadora de la Sección Política de El Ciudadano)

Cremona, en su cuaderno de cátedra sobre *comunicación y género* de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la ciudad de La Plata expone una serie de tópicos sobre los cuales se estructuran los estereotipos de género en los medios de comunicación, y sostiene: “Como resultado, pudimos observar que parece imposible desarticular el continuum cuerpo/salud/belleza, cuerpo/poder/violencia, belleza/poder/política, por dar algunos ejemplos.” (2011. p. 69)

Como se sostuvo anteriormente, los medios son constructores de realidades y subjetividades así como también de estereotipos, pautas y conductas que se esperan por parte de varones y mujeres. Legitiman, además, los imaginarios acerca de las identidades sexuales, con representaciones sesgadas, dicotómicas y jerárquicas de varones y mujeres. Esta lógica, por lo tanto, es reproductora de violencia simbólica.

La Ley 26.485 de Protección Integral a las Mujeres<sup>8</sup> que establece los diferentes tipos de violencia que se ejerce contra la mujer, define a la violencia simbólica como aquella “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” (Art. 5).

Como sostiene Valeria Fernández Hasan (2016) en su texto: “*El ingreso de la agenda feminista a la agenda de los medios*”: la violencia simbólica es el principal sostén del patriarcado, y la violencia mediática uno de sus brazos más eficaces.” (p. 130)

En esta línea, podemos afirmar que la violencia simbólica tiene su expresión en el lenguaje, las representaciones culturales, la identidad y los cuerpos sexuados. Y aunque invisible –o tal vez a causa de ello– legitima prácticas inscriptas en relaciones de poder desiguales, histórica y culturalmente establecidas entre hombres y mujeres.

Para el sociólogo francés Pierre Bourdieu (1977): “Todo poder de violencia simbólica, o sea, todo poder que logra imponer significaciones e imponerlas como legítimas disimulando las relaciones de fuerza en que se funda su propia fuerza, añade su fuerza propia, es decir, propiamente simbólica, a esas relaciones de fuerza” (p. 44)

En este sentido, los medios de comunicación son reproductores de violencia simbólica ya que constantemente brindan mensajes justificando, naturalizando y legitimando la violencia estructural hacia las mujeres; funcionan como factores centrales en la consolidación del patriarcado.

---

<sup>8</sup> <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/150000-154999/152155/norma.htm>

“El campo de la comunicación excede la mirada centrada en lo massmediático (aunque no la deja de lado), para atender también a las prácticas de la vida cotidiana que construyen sentidos sociales, a la conformación en los consensos necesarios para el sostenimiento de las relaciones de poder.” (Cremona, 2011, p. 87)

Ante esto, uno de los grandes desafíos para los movimientos de mujeres fue tratar de romper con aquellos estereotipos y estructuras del “deber ser mujer” que se les imponía desde los medios para poder mostrar nuevos roles, tareas, luchas y actitudes que habían conquistado desde mediados del siglo XX. Fue así como surgió la necesidad de compartir el control del poder y del saber y que sería imposible mostrar otras realidades en la medida en que ellas no lograrán ser productoras de noticias y contenidos mediáticos. “Ante este nuevo escenario, la respuesta del movimiento de mujeres fue comenzar a crear espacios de reflexión, de dimensiones también globales, sobre los temas de interés del colectivo feminista, entre ellos la comunicación.” (Chaher, 2007. p. 99)

En consecuencia, a partir de los años ‘90 nuevas voces comenzaron a disputar y ocupar lugares dentro de los discursos de los medios. Así, temáticas que empezaban a salir del ámbito del hogar comenzaron a instalarse dentro de la agenda mediática.

El ingreso de la agenda feminista a la agenda de los medios, no sólo incluyó entre sus objetivos la aparición de notas relacionadas a las categorías de la lucha feminista, sino que también incluía demandas en torno a la paridad en los puestos laborales dentro del mundo mediático.

“La agenda política de los feminismos ha ingresado a la agenda mediática a través de diversas estrategias en los últimos años. En un primer momento cobraron mayor relevancia las producciones contrahegemónicas del periodismo alternativo o la comunicación popular, realizadas por las propias militantes, siguiendo las características de la comunicación de los años ‘60. Luego, se produjo una profesionalización que se tradujo en feministas comunicadoras y periodistas sensibilizadas en lo que se denomina “temas de mujeres”.” (Chaher, 2007. p. 112)

Silvina Tamous<sup>9</sup> -Trabajadora Jefa de Redacción de El Ciudadano- en el libro “*Cazadoras. 20 años de construcción de periodismo feminista*” se refirió a la división sexual del trabajo que existía dentro de la redacción de *El Ciudadano* cuando comenzó a redactarse la revista:

---

<sup>9</sup> Tamous, Silvina (2019). *Cazadoras*. Rosario: (ed) Rosario: Cooperativa de Trabajo La Cigarra Limitada.

“Convivíamos en un territorio masculino: la estructura, la mirada, la manera en que se concebía el trabajo de una mujer. Todo era de ellos, de esa estructura patriarcal que se fue limando de a poco a medida que las cabezas fueron cambiando.” “Tenés un carácter de mierda. Vos estás loca. Muchas de esas cosas eran un karma para mí, pero no había otra forma. No servía en esa época explicar la estructura patriarcal, la imposibilidad de tratar a una mujer como igual” (2019. p. 5)

De tal manera, las periodistas empezaron a profesionalizarse desde la perspectiva de género, no sólo para empezar a pensar en los medios como organismos activos para la conquista de derechos, sino también para poder posicionarse dentro de los mismos no como meras expectantes sino como mujeres protagonistas de dicha conquista, revolución y/o transformación.

Valeria Fernández Hasan (2016) sostiene que:

“la agenda política feminista ha ingresado a la agenda mediática a través de diversas estrategias en los últimos años. Actualmente, no sólo los portales de noticias feministas/de género y los de colectivas feministas presentan y se ocupan de noticias de mujeres y diversidad sino que los grandes medios de comunicación masiva han incorporado a sus agendas estas problemáticas imprescindibles, fundamentalmente, referidas a tres temas puntuales: trata de personas para explotación sexual, derechos sexuales y reproductivos/aborto, violencia de género/femicidio.” (p.127)

Al abocarnos especialmente en la agenda mediática de los años ‘90, la década donde nace *La Cazadora* surgieron nuevas preguntas: ¿Qué tipo de sucesos marcaron la “agenda mediática” en los ‘90? ¿Bajo qué contexto nació *La Cazadora*? ¿Qué pasó y qué hubo antes de NiUnaMenos, del 8M o de otros grandes hitos del movimiento feminista?

Ivana Romero (Ex trabajadora de El Ciudadano) en el libro “*Cazadoras. 20 años de construcción de periodismo feminista*” comenta sobre la lucha que hay detrás de la incursión de una agenda feminista a los medios de comunicación:

“Los feminismos estallan y son parte de la agenda de los medios gracias a la lucha de muchas personas durante muchas décadas. Y hoy los medios gráficos atraviesan una crisis sin precedentes. Esto se traduce en un silenciamiento de voces peligroso para un Estado de derecho” (2019. p. 21)

A grandes rasgos, en esta década, Argentina vivió la última etapa del pasaje de un capitalismo llamado nacional, fordista, inclusivo o keynesiano al capitalismo denominado posfordista, neoliberal, excluyente, o de competencia. Esta transformación no sólo operó a

nivel técnico-productivo y económico, sino que modificó las formas de sociabilidad vigentes y desembocó en una fuerte crisis que tuvo su momento más álgido en el 2001-2002.

Mónica Tarducci y Déborah Rifkin sostienen que:

“para el movimiento feminista argentino los años 90 estuvieron enmarcados por el avance de las políticas neoliberales y la reacción de la Iglesia Católica a lo que consideramos fue una de las presencias más fuertes del movimiento en la sociedad: la lucha por el derecho al aborto y por los llamados derechos sexuales y (no) reproductivos.” (2010, p. 28)

Además agregan:

“Hacia fines de los ‘80 y los primeros años de los ‘90, las organizaciones feministas y el movimiento amplio de mujeres lograron poner en la agenda pública a la violencia contra las mujeres (incluida la sexual). Resultado de esas luchas y de la particular dinámica que se produjo entre el movimiento de mujeres y el Estado, son las leyes contra la violencia familiar (la violencia contra las mujeres fue retomada por el Estado como violencia familiar), los programas de asistencia a víctimas de maltrato (a nivel municipal, o en algunos hospitales), la reforma del Código Penal con relación a los delitos sexuales y algunas políticas públicas incipientes en relación a la atención de las violaciones.” (2010. p. 28)

También el movimiento feminista empieza a ganar lugar dentro de las instituciones académicas y partidos políticos “A través de un largo proceso, de manera más o menos radical o conciliatoria, y no reconocida explícitamente, el discurso trabajosamente instalado en la sociedad por las feministas, permeó las instituciones e interpeló a los partidos políticos, logrando cierto clima de sensibilidad social que obliga a las instituciones a aceptar algunos temas y discutir otros.” (Chaher y Santoro, 2010. p. 29)

Esto se expresa en la creación de varios espacios académicos: áreas, institutos, revistas especializadas, etc. dentro de las universidades nacionales primeramente bajo el título de “estudios de la mujer” para luego convertirse en los “estudios de género” o feministas que abundan hoy.

Cabe destacar que en los años ‘90 se populariza una imagen de mujer coherente con el contexto neoliberal, marcada por el individualismo y la introducción de nuevos mandatos: trabajar, ser bella, cuidar su cuerpo, ser inteligente, profesional e independiente. Desde los medios, estos mandatos al repetirse una y otra vez, se proponen como características femeninas estables y universales, del “ser mujer”. Claudia Laudano, en su análisis sobre la agenda mediática de los años ‘90, sostiene que “un giro singular en la tradición de análisis

comunicacional promovió McRobbie (1998, 1999) dentro de los estudios culturales británicos, a partir de la constatación de cambios significativos en las clásicas revistas para mujeres y jóvenes. Según su análisis, desde los años '90 éstas se dirigen a lectoras más liberadas, reflexivas, plurales y autónomas, cuyas opiniones y necesidades son contempladas por la industria editorial, aún con las limitaciones que marcan los ingresos publicitarios.” (Chaher y Santoro, 2010. p. 48). Agrega: “las revistas mantienen su popularidad entre mujeres y chicas como espacio cultural privilegiado y placentero dentro del cual el sujeto mujer está en permanente producción, a la vez que las lectoras se reconocen en ellas y se entretienen” (2010. p. 50)

Uno de los grandes hitos que influyó en la aparición de las mujeres dentro de la agenda mediática fue la sanción de la Ley Nacional de Cupo n° 24.012. que determinó que al menos el 30% de las listas de candidatos que presentan los partidos en las elecciones estuvieran ocupadas por mujeres. “La ley de cupo, así como la incorporación de la dimensión de género en las políticas públicas y sociales, y la articulación entre el Estado y la Sociedad Civil, contribuyeron al aumento de la participación de las mujeres en varios ámbitos.” (Tarducci y Rifking, 2010. p. 30)

Por otra parte, un caso a partir del cual se comenzó a instalar y a dar luz a la violencia contra las mujeres como una temática propia de la agenda mediática, fue el femicidio de Alicia Muñoz -ex pareja de Carlos Monzón- a mediados de febrero de 1988 en Mar del Plata. Hasta el asesinato de Alicia Muñoz, “violencia hacia las mujeres” no figuraba como ítem en las agendas de los principales medios de comunicación que perfilan la discusión pública en el país.

Claudia Laudano, haciendo mención al caso sostiene:

“Por diferentes motivos, el caso periodístico construido a partir del asesinato de Alicia Muñoz en 1988 marcó una diferencia en los medios de comunicación respecto del régimen de visibilidad de la violencia hacia las mujeres en el país. No obstante, lejos de constituir un indicador de cambio cultural en cuanto al umbral de “lo intolerable” de las prácticas violentas contra las mujeres en la sociedad, contribuyó con la difusión de discursos críticos que desde entonces han diseñado un recorrido de trazado sinuoso, plagado de instancias de alta exhibición (gráfica y televisiva), de identificación de los casos como cuestiones personales y de recurrencia a clichés (el amor violento, los crímenes pasionales, las olas de violaciones y los violadores seriales, entre otros).” (2010. p. 106)

Si bien hubo un avance en incorporar a la violencia contra las mujeres en la agenda de los medios de comunicación, éstos cubrían estas notas con un gran sesgo, por un lado reproduciendo estereotipos de género y violencia simbólica y por otro, con una gran carga de morbo sin tapujos a la hora de cubrir los casos, dejando a la mujer víctima en el lugar de humillación y vulnerabilidad.

La mayoría de los programas de TV que trataban estas temáticas contaban con un panel conformado por un cuerpo de testimoniantes, una “voz experta”, público en las gradas, una conductora y teleparticipantes. Sin duda, las testimoniantes -en tanto portadoras de experiencias- fueron las estrellas televisivas, apoyadas o discutidas por la conductora, el público y por teleparticipantes.

“En tal sentido, los medios de comunicación como parte de las complejas tecnologías culturales contemporáneas intervienen de manera destacada en la producción incesante de definiciones de género y en el proceso hegemónico de interpelación y reconocimiento de dichas significaciones sociales, con capacidad para potenciar y legitimar algunas (en mayor medida, las retóricas sedimentadas por el sentido común), opacar otras (como los marcos interpretativos acerca del lugar de la violencia de género en un sistema patriarcal), a la vez que abrir intersticios para tendencias innovadoras (al otorgar espacios a especialistas en la temática o a las organizaciones de mujeres y propiciar la labor de periodistas críticas/os).

(Laudano, 2010. p. 92)

A lo largo de las emisiones se configuró un concepto extendido de violencia, bajo nominaciones variadas. Se abordaron problemáticas vinculadas con mujeres maltratadas y asesinadas por parejas y familiares, incesto, violación, abuso sexual infantil, acoso sexual y prostitución. Parafraseando el slogan de la segunda ola feminista se puede afirmar que en la formulación televisiva “lo personal fue anécdota” (Laudano, 2010. p. 95)

De tal manera, se podría afirmar que en una primera etapa, los medios de comunicación contribuyeron a visibilizar la violencia hacia las mujeres pero en términos concretos. De tal forma, pudieron dar luz sobre una temática que se consideraba “tabú” hasta el momento para la sociedad; proporcionaron una difusión de información y facilitaron la circulación y empoderamiento de voces autorizadas en la materia, junto a las integrantes del movimiento de mujeres. No obstante, contribuyeron de la misma manera a reproducir expresiones sexistas del sentido común del momento, estereotipos y estigmatizaciones. “Enfatizaron el exhibicionismo de testimonios y fotografías y abordaron la problemática en gran medida desde la excepcionalidad de los episodios de violencia, sin alusión a las condiciones

históricas de desigualdad social en la que se inscribe y experimenta la diferencia sexual.”  
(Laudano, 2010. p. 93)

A modo de conclusión de este capítulo, podríamos afirmar que en los años ‘90 se dieron incorporaciones, transformaciones y avances en torno a temáticas relacionadas con la lucha de mujeres en el campo de los medios de comunicación. Es en este momento donde *La Cazadora* se posiciona como pionera de la discursividad de género en Rosario, instalando temáticas novedosas en la prensa gráfica de ciudad, y constituyéndose como una bisagra con una manera de hacer comunicación con perspectiva de género.

## CAPÍTULO 3

### - Comunicación y Derechos Humanos de las Mujeres

En este capítulo intentaremos desarrollar cómo la revista *La Cazadora* desde su discurso supo contribuir con la promoción de derechos humanos de las mujeres en los años '90.

Para comenzar, podríamos describir de qué se tratan los Derechos Humanos de las Mujeres, según la ONU (Organización de las Naciones Unidas):

“Los derechos de las mujeres y las niñas son derechos humanos. Abarcan todos los aspectos de la vida: la salud, la educación, la participación política, el bienestar económico, el no ser objeto de violencia, así como muchos más. Las mujeres y las niñas tienen derecho al disfrute pleno y en condiciones de igualdad de todos sus derechos humanos y a vivir libres de todas las formas de discriminación: esto es fundamental para el logro de los derechos humanos, la paz y la seguridad, y el desarrollo sostenible.”<sup>10</sup>

Al comprender este concepto surgen los siguientes interrogantes: ¿Por qué motivo debemos hablar de derechos humanos de las mujeres? ¿Acaso los derechos de las mujeres son distintos a los derechos humanos de los hombres? Soledad Garcia Muñoz, en el libro “*Las palabras tienen sexo*”, brinda una respuesta al asegurar que: “ocurre que determinados grupos o colectivos de personas por sus condiciones sociales, culturales o físicas, están más expuestos a padecer violaciones de sus derechos humanos, requiriendo por ello reconocimiento específico y protección especial. (2007. p. 56)

Al encontrarse esta investigación situada en los años '90, es relevante mencionar que en el año 1995 a nivel internacional en la *Plataforma de Acción*, aprobada por la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer celebrada en Beijing, 189 Estados miembros de la ONU reconocieron el papel importante que juegan los medios de comunicación en la representación de las mujeres. Entre las doce áreas de preocupación que la Plataforma identifica como centrales para el adelanto de las mujeres, encontramos el punto “J” titulado: “La mujer y los medios de comunicación”. A partir de este fundamental documento internacional, el ámbito de la comunicación adquiere estratégicamente el mismo nivel de

---

<sup>10</sup> Recuperado de: <https://beijing20.unwomen.org/es/in-focus/human-rights>

importancia otorgado a la economía, la participación política, la violencia o la salud de las mujeres.

La Plataforma de Acción pone luz en la ausencia de las mujeres de los medios, sobre todo en los cargos directivos. Además, pone en evidencia la manera en que los medios de comunicación transmiten una imagen muy degradante de las mujeres. De hecho, en Beijing se dejó claro que las mujeres no son ni protagonistas ni sujetos de los medios y, cuando se les representa, se hace con una mirada profundamente sexista y patriarcal.

Sin embargo, los medios de comunicación hegemónicos bien podrían ser pensados como posibles contribuyentes a la promoción de los derechos humanos de las mujeres, pudiendo hacer comunicación que disminuya la asimetría entre los sexos y promoviendo la conquista de nuevos derechos humanos de las mujeres.

Como sostiene Florencia Cremona cuando describe la posibilidad de hacer comunicación con un enfoque de género: “La propuesta de trabajar la comunicación desde un enfoque de género comprendido como la construcción cultural de las sexualidades, supone trabajar a favor del acceso y participación en las manifestaciones de la vida cultural, la libertad de expresión, el derecho a la información, la educación y esparcimientos sin restricción ni diferencia según lo que seamos, promoviendo además que el Estado garantice estas acciones (2011, p.62) y agrega: “Si la comunicación es producción y circulación de sentidos sociales, el género- es decir el modo relacional de la organización social que connota los atributos políticos (esencialmente de poder) de la sexualidad- es una articulación, es una herramienta indispensable para leer y transformar el mundo. (2011. p. 20)

Es decir, los medios de comunicación pueden ser contemplados como mecanismos para perpetuar la subordinación de las mujeres o bien, considerados como un soporte primordial en la promoción de los derechos de la mujer.

En este caso, se puede considerar que el discurso de la revista *La Cazadora* en los años ‘90 tuvo reconocimiento en la audiencia adoptando categorías y temáticas del discurso feminista y de los derechos humanos como *Aborto, Violencia de Género, Estereotipos de Género, División Sexual del Trabajo*, etc, contribuyendo de esta manera a la promoción de los derechos humanos de las mujeres como el derecho a la información, a la expresión, a ser escuchadas, a encontrarse representadas en un medio de comunicación, entre otros; promoviendo derechos sexuales y reproductivos como así también el derecho a vivir una vida despojada de violencia de género, en todos sus formatos y estructuras sociales.

Para entender cómo el discurso de *La Cazadora* contribuyó a la instalación en la sociedad rosarina de un discurso que promoviera derechos humanos de las mujeres, es significativo

recurrir a un relato propuesto por Margaret Gallagher en el libro *“Comunicación y Derechos Humanos”*:

“En 1993, la filipina Ninotchka Rosca, feminista, escritora, periodista y activista de los derechos humanos, acuñó el término paralelo de censura de género (Tax et al., 1995: 23). A primera vista, la expresión puede parecer una manera exagerada o emotiva de describir cómo se restringen los derechos de comunicación de las mujeres. Sin embargo, si pensamos en ello en términos de la supresión de las voces de mujeres tan sólo por ser mujeres o en las formas en que las afectan de forma desproporcionada, nos ayuda analizar la invisibilidad –o a veces la hipervisibilidad– de las mujeres en los procesos de comunicación, no como un fenómeno particular a algún medio o tipos de medios, sino como un aspecto fundamental de las relaciones sociales, económicas y políticas.” (Aiecs, 2012. p. 88)

Al respecto, Margaret Gallagher sostiene: “Con respecto a los derechos humanos, Amnistía Internacional describe la situación de las mujeres como de “doble riesgo”. Sostiene: “Como víctimas de discriminación, son tan propensas como los hombres, si no es que más, de convertirse en víctimas de violaciones a los derechos humanos”.<sup>11</sup> De la misma forma, podemos ver a las mujeres en doble riesgo cuando se trata de derechos de comunicación –el derecho de las mujeres a la información, a la expresión, a ser escuchadas–, se violan de varias formas específicas porque son mujeres.” (Aiecs, 2012. p.91)

Es decir, los medios de comunicación no sólo vulneran constantemente los derechos humanos de las mujeres en base al tipo de mensajes y contenidos que brindan, sino que también los infligen privando a las mujeres que trabajan en los medios como creadoras de contenido -como comunicadoras y periodistas- del derecho a expresarse libremente.

Podríamos mencionar que particularmente en los años ‘90 las mujeres que trabajan dentro de los medios, se veían obligadas a enfrentar obstáculos estructurales y prácticas discriminatorias que las excluían del debate público y les impedía ejercer en iguales condiciones que los varones, y de manera vigorosa y permanente, su derecho a expresar públicamente sus ideas y opiniones. Al respecto, podríamos mencionar la definición del concepto “libertad de expresión” que brinda Jesús Martín Barbero en el libro *“Comunicación y Derechos Humanos”*:

“Se trata del derecho a la comunicación en su más ancha complejidad, esto es, el derecho a la participación del, “y en el” conocimiento; el derecho de los ciudadanos y

---

<sup>11</sup> Citado en Amnesty International USA (2005).

los grupos sociales al acceso a la información no sólo como receptores sino también como productores; el derecho a un flujo equilibrado de información entre regiones del mundo y entre países de una misma región, como Latinoamérica. El reconocimiento de esos nuevos derechos se basa en el valor que ha adquirido el conocimiento en la sociedad-red como bien público primordial” (Aiecs, 2012 p. 162).

Se puede observar cómo las mujeres conductoras de programas de TV, periodístico o entretenimiento al formar parte de un espacio donde no se mantiene una equidad de género son víctimas de hiper invisibilización y hasta maltrato con respecto a sus compañeros varones. Sobretudo cuando éstas desafían los estereotipos machistas se ven enfrentadas a violencia y discriminación basada en su género. Sostiene al respecto Florencia Cremona “la violencia hacia las mujeres es una situación estructural que ha sido y es invisibilizada constantemente, en las políticas públicas, en el discurso social, en los medios de comunicación, y que en la actualidad, es diluida además en un contexto de creciente violencia social. (2011. p. 77)

En este sentido, la revista *La Cazadora* fue pionera en la promoción de los derechos humanos de las mujeres, gracias a la decisión y la organización de cuatro mujeres trabajadoras de prensa dentro de la redacción del diario El Ciudadano. Con su trabajo, no sólo construyeron una revista de mujeres para mujeres, sino que al instalar con dicha revista una agenda de género, desarrollaron además, una audiencia de género en una época donde esta clase de discursos eran marginales, restringidos o inexistentes.

## CAPÍTULO 4

### - ¿De qué habla *La Cazadora*?

En este último capítulo intentaremos describir los recursos retóricos, enunciativos y de diseño a través de los cuales la revista *La Cazadora* contribuye a la construcción de un discurso feminista y de género en el marco de las discusiones incipientes sobre la realidad de las mujeres de los años '90.

Tal como lo sostiene Eliseo Veron: “El único camino para acceder a los mecanismos imaginarios y simbólicos asociados al sentido de la acción es el análisis de los discursos sociales.” (Verón y Sigal, 2003. p. 3)

De tal manera y entendiendo a los medios de comunicación -en este caso a la revista y a la prensa gráfica- como factores que inciden en la agenda pública y en la transformación social es que analizaremos el modo en que ciertas categorías del discurso político-feminista emergen en las portadas de la revista *La Cazadora*.

Antes de comenzar con el análisis, vale mencionar que si bien la revista se caracterizó por dirigirse a mujeres que no frecuentaban el consumo de los medios tradicionales y hegemónicos de ese entonces, se podría pensar que editorialmente *La Cazadora* se trató de un suplemento de mujeres “para” mujeres; dicha distinción está relacionada a una manera de pensar y entender las lógicas y categorías que giraban alrededor del género como algo meramente binario. Podríamos decir que se trataba de una una clasificación del sexo y el género a partir de dos formas complementarias: masculino y femenino, dejando de lado de esta manera la existencia de múltiples personas cuyas identidades de género no corresponden entre la variedad de géneros binarios.

# La Cazadora

Suplemento literario de **El Ciudadano** - Martes 24 de agosto de 1998



Graciela tiene tres hijos, es dueña de su coche y no trabaja a la noche porque le parece que no vale la pena asumir semejante riesgo. Asegura que los taxistas son solitarios con sus compañeros.

## Uñas pintadas sobre el volante

Por **Fernanda Russo**

La mano experta y la mirada fija en la luz roja de la semáfora, dos señales incongruentes, hacen que el auto negro y arañado se destaque en la espesura para avanzar al pasaje. La puerta se abre al mismo tiempo que la cámara se desliza sobre la ciudad. Acostumbrada en el asiento trasero lleva poco tiempo, pero la suficiente para notar con asombro

que la mano que manifiesta ciertos cambios lleva las uñas pintadas.

"Conduco un taxi porque me gusta manejar, estar en la calle y ganar plata. Es mi vida. Además, soy mi propio jefe por lo que tengo bastante libertad. No sé si todos tienen la misma suerte", asegura Analía, quien desde hace seis años comparte con su marido la responsabilidad de mantener el hogar gracias al auto de la familia. Madre de cuatro adolescentes y dueña del volante desde

que su papá le enseñó a manejar a los doce, ella asegura que "ser taxista no implica que dejes de ser mujer, pierdas tu feminidad o te empiecen a gustar las de tu propio sexo. Es un trabajo como cualquier otro".

Silvia tiene 51 años, y también lleva seis manejando. "Los hombres me cansan. Dicen: «Ay, una señora» cada vez que me ven. Sé que se van a hacer los ripios cuando hago que se flickeo a eso, le gusta no tenerme", sostiene. Tanto ella co-

mo su esposo eran bancarios que cuando se quedaron sin trabajo, vendieron una casa que tenían y decidieron comprar un auto.

Se calcula que en Rosario hay un promedio de cinco mil choferes de taxi de los cuales menos de uno por ciento son mujeres: entre las que trabajan en radio y las que lo hacen por su cuenta, las QTP (como se las conoce en la jerga) sólo divierte su gestión las 10. Si bien es común que las que se dedican al negocio lo hagan para ayudar a su

esposa, también están quienes toman la decisión apenas a cualquier influencia familiar.

Mónica tiene 42 años, es casada y sin hijos, trabaja como peón de taxi desde hace más de cinco. Hace tiempo tenía una fábrica de regalos de cerámica que quebró. Entonces le ofrecieron trabajar con un taxi, sacó el carné y se dedicó a probar. "Llevo ya seis años probando -bromea-. Aunque, en realidad, siempre me gustó la vida dentro del volante". Hoy está en la calle de sur de la mañana a cinco de la tarde.

También fue la situación económica la que llevó a Graciela a hacerse cargo de su taxi hace unos años. Sin embargo, esta resbalosa de centavos y moche de tres varones asegura que le encanta conducir. "Desde que saqué el carné siempre manejé. Soy la dueña del taxi y tengo un primo pero prefiero trabajar por la mañana y desplazado a él por la tarde. A la noche me lo tocan, pero todos los días."



pág.

3

REPORTAJE MARINA BÉS



pág.

4

LA BARRIDERA ESTHER CABADA



# La Cazadora

Suplemento "Temas de la Ciudad" - N.º 11 - 21 de febrero de 1999

Un estudio realizado para la ciudad, según metodologías reconocidas a nivel nacional, arroja una proyección de 30 interrupciones voluntarias de embarazo diarios en 1999.

## Aborto en Rosario, las cifras del silencio

Por **Mónica Muñoz**

El corto publicitario muestra a una mujer que mira con expectativa las dos líneas del test de embarazo. No hay lugar a dudas, la prueba dio positiva. De pronto, la joven se emociona ante la buena nueva de la maternidad. Fuera del cuadro que registra la cámara queda otro estado de la realidad, invisible para el ojo y del que poco se atreven

a hablar: un embarazo no deseado que puede concluir en un aborto. En la ciudad, cada día se practican alrededor de 30 abortos clandestinos y la cifra puede ser mayor aún, de acuerdo a estimaciones realizadas por el ginecólogo y secretario de la Asociación Argentina por la Salud Sexual y Reproductiva, Walter Durban.

"En Rosario se producen anualmente 10.189 interrupciones voluntarias de embarazo fuera del sistema legal de salud

-afirma Barbato-, lo que equivale a 849 prácticas por mes y más de 26 por día". Aunque según el análisis del profesional, "la cifra es mayor aún" porque el cálculo se realizó en base a una extrapolación de los índices nacionales y de acuerdo a datos de la ciudad de Rosario correspondientes al último censo de 1991.

La metodología utilizada para la estimación parte de dos datos estadísticos. El primero es la cantidad anual de nacimientos: 15.736 (10.736 en los hospitales

públicos y aproximadamente 5.000 en el sistema privado). El segundo es la cantidad de mujeres rosarinas en edad fértil, franja que va de los 15 a los 44 años: 214.346.

Estos parámetros se analizaron a la luz de estimaciones reconocidas a nivel nacional, por primera vez para la ciudad de Rosario: "Si en la Argentina se estima una media de 400 abortos por cada 1.000 nacidos vivos -afirma Barbato- la extrapolación a Rosario permite estimar una ci-

fra de 10.189 abortos anuales". Otros modos de establecer la proyección arrojan una media de 10.212 al año.

Sin embargo, el profesional resalta que esas cifras pueden ser superiores, porque hay que tener en cuenta que los cálculos se realizan considerando el inicio de la edad fértil de la mujer a los 15 años cuando hay un incremento considerable de partos y abortos clandestinos en adolescentes con niñas.

"Otras estimaciones que se establecen teniendo en cuenta la fuerza femenina en edad fértil, el riesgo de aborto y los distintos niveles de utilización de métodos anticonceptivos arrojan esa cifra a 15.550 embarazos interrumpidos para la ciudad y a 23.763 en todo el departamento Rosario", agregó Barbato. Según evaluó el profesional, la media rosarina "está aún por encima de los 30 abortos diarios". Como la práctica es ilegal, a las mujeres que desiden **pág. 2**



pág. **3**  
REPORTAJE: CRISTINA CÁCERES



pág. **4**  
LA ARMADORA: VUELVE EL CORO

# La Cazadora



La imagen de una mujer siempre estuvo muy determinada por la presión social, que en algunos casos toma la forma de una sardina. En la actualidad, la presión es estar delgada a todo costo.

## Cuerpo de mujer: un campo de batalla

Por Carolina Morja

El cuerpo femenino es sin duda uno de los escenarios en los que hoy la "batalla de los senos" sigue en pie. La atroz demanda de mujeres rollizas y voluptuosas que caracterizó a la edad media devino sorprendente-mente en imperiosa exigencia de esbeltez y hasta de esguío y las mujeres se debaten eternamente entre acné y no ser in-

flexible sendencia. Lo cierto es que sin importar el paso del tiempo, aunque uno pueda madurar en certezas, la fascinación de la mujer musca se ha visto sujeta de una fuerte presión social -a veces autoimpuesta-, que se erige como el único parámetro del deber ser femenino.

La histórica sumisión de las mujeres a los rigores domésticos y maternales -que tras cinco décadas de feminismo ha quedado casi totalmente esfumada y no sólo porque hoy hay millones

de casa que antes sólo pocas que las que lo son superan una vida menos sacrificada- sigue vigente en una tónica impositiva estética que cobra a las féminas en dos grandes grupos: las que trabajan su brago y su figura de la mañana a la noche sin reparar en sacrificios y que mediante dietas, aperitivos, cosmética y producción logran estar a tono con el modelo estético vigente y las que resignadamente aceptan el incómodo lugar de la anitosa muchas veces más por falta

de voluntad o temor al fracaso que por elección.

En los 90, época en la que hasta Twiggy resultaría rolliza, el trabajo de dietistas, endocrinólogos, personal trainers y afines ha visto en ascenso su demanda y la ética profesional firme a la desceparación de los "pacientes" está más a prueba que nunca. Diego Schwartsstein, médico endocrinólogo, afirma que "hoy en día todas las chicas quieren tener forma de lapso y no de ganso o de pera como correspondía

al cuerpo femenino" y que "la mayoría de las consultas de mujeres son rapaces".

Según el profesional, desde el crecimiento se observa clara superioridad numérica de consultas femeninas en busca de una dieta "mágica" que les permita estar a gusto con su fisonomía, aunque en el mundo y según las estadísticas oficiales, "hay más casos de hombres gordos". Con una salvedad: "las obesidades importantes están en mujeres", dice Schwartsstein.

El rango de edad en el que la importante idea de que el sobrepeso puede arrojarnos fuera del universo de las mujeres apetece es cada vez más amplia: desde las apenas púberes hasta las maduras de más de 60. Estas son las diez batallas más relevantes frente a la amenazadora idea del exceso de peso, aunque esto sea casi siempre una fantasía.

"Hay muchas consultas por muy pocos kilos, +pág. 3



pág.

3

REPORTAJE: GACELI ROLDÁN



pág.

4

LA ARQUITECTA DEL DISEÑO

# La Cazadora

Suplemento temático de El Día/ martes 17 de octubre de 1995



## Violaciones en casa: un muro de silencio

Por Luciano Cuccia

El matrimonio, como cualquier otro contrato, supone una serie de obligaciones que las partes deben cumplir, en este caso el marido y la esposa. Tanto que en la ceremonia religiosa como en la civil, los oficiares —sacerdotes o jueces— muestran algunos de esos deberes, cuyo incumplimiento puede ser razón de disolución de la pareja. Y si

bien es cierto que las relaciones sexuales son parte constitutiva del vínculo en cualquiera de los casos, es obvio que el "contrato" no podría alcanzar al deseo. Un deseo sexual constante y siempre coincidente con el del otro, no entra de ningún modo en el terreno de las obligaciones. Sin embargo existe un acuerdo tácito, sustentado sobre valores culturales cuyo origen habría que buscar en los rituales de la historia, que poseen como condiciones naturales, obvias e in-

discutibles, la voluntad inalterable y la obligatoriedad de mantener relaciones sexuales dentro de la institución del matrimonio y de cumplir otra forma de convivencia, más allá del status legal. Este presupuesto ha permitido —y permite— que se produzcan violaciones no denunciadas en el seno de la pareja.

Sobre esa presuposición, tan firme como falsa, se ha construido durante siglos el andamiaje de las relaciones sexuales (y de poder) en la pareja, que ca-

da época supo interpretar a su manera: del garrote en la cabeza que los dibujos animados atribuyen al hombre primitivo, a la "vacuna" que la mujer de Diego Manabarro no se puede negar a inyectarse. Y esto tuvo su correlato en la estructura jurídica. Tanto es así que hasta hace un par de meses la legislación argentina permitía al violador que aceptaba casarse con la víctima lavar de esa manera su responsabilidad penal.

"Significa construir una fami-

lia sobre un crimen", apunta sobre esa norma la abogada Susana Chiavotti, coordinadora regional del Comité Latinoamericano y del Caribe para la Defensa de los Derechos de la Mujer (CLADEM).

"Será reprimido con reclusión o prisión de seis meses a cuatro años el que abusare sexualmente de una persona de uno u otro sexo cuando mediante violencia, amenaza, abuso coercitivo o intimidatorio de una relación de dependencia, de autoridad, o de poder, o aprovechándose de que la víctima por cualquier causa no haya podido consentir libremente la acción. La pena será de seis a quince años de prisión cuando mediando la circunstancia del primer párrafo hubiere acceso carnal por cualquier vía", dice el recién reformado artículo 119 del Código Penal.

Es decir, nadie puede ser forzado a mantener relaciones sexuales con otra persona, aun cuando medie una libreta. **pág. 2**



pág.

3

REPORTAJE: TETE TURCOTTE



pág.

4

LA ARMADORA: NUEVA ESTAMPAS

# La Cazadora



En los últimos años, muchas mujeres han tomado un camino que las lleva a renunciar a la exclusividad del rol de la maternidad para ir en busca de otros...

## Contra el mito del instinto maternal

Por Carolina Monje

No es fácil precisar desde cuándo las mujeres asumieron el monopolio del ejercicio de la maternidad, cual por carácter innato de su capacidad biológica de engendrar, alimentar y amamantar que, desde ya, no es poco, pero sin duda tampoco —y mucho menos— puede transformarla en "todo lo que necesita el hijo" o en "la única capaz de

satisfacerlo". En esta sociedad, esos conceptos y prejuicios se refuerzan, sobre todo, en la primera etapa de la vida del niño. Pero no es poco decir que semejante carga cultural sobre la mujer no tiene más de dos siglos. En todo caso, en los últimos años, esos los roles han ido prevaleciendo una hipótesis que los lleva a renunciar a la exclusividad de este rol para poder ir en busca de otros y esto implica también aceptar que "el instinto maternal" es una creación cultural y la

abnegación sacrificial atribuida a "las madres" sólo un perfil posible, entre muchos, de la función materna. "Antiguamente, los niños se venían como adultos imperfectos a los que había que perfeccionar. La tarea de la educación consistía entonces en "condensar" a estos niños", apunta Leticia Bana, psicóloga especializada en psicopedagogía abstracta. También señala que el cambio en esta concepción se produce a partir de Jean Jacques Rousseau, que en

su *Emilio* de 1762 revaloriza el amor maternal. Aparece entonces el concepto de familia tal como lo conocemos ahora, es el que los lazos se establecen por el amor. La idealización del niño es la que permite entonces valorar el papel de la madre como cuidadora de sus hijos. El tema del instinto maternal es fuertemente cuestionado por constructivistas. La filósofa francesa Jeanette Badotter afirma que, al reconstruir la historia de las actitudes maternales hace la construcción de

que se trata de un mito, ya que ha podido comprobarse el carácter sumamente variable de estos sentimientos de acuerdo con la cultura, las ambiciones y las frustraciones que vivan, en cada época, las mujeres. "No existe ninguna ley universal en este terreno que escape al determinismo natural. El amor maternal no puede darse por supuesto", considera Ross. Sobre la base de la imagen que el capitalismo construyó de la familia, y especialmente del lugar de la mujer hoy puesto en cuestión, el ideal social del completo amor y la entrega maternal —lo que significa ser "una buena madre"— es tan alto, tan exigente, que obliga a la mujer a sentirse siempre en falta, siempre a mitad de camino en entrega y dedicación a sus pequeños vástagos. Como compensación, las madres que se "prodigan" ganan del abismo del desamor (socialmente asignado) de la crianza y educación de los hijos. **pág. 2**



pág. **3**

REPORTAJE: CINCO DÍAS DE



pág. **4**

LA ARMADURA: ZAPATOS

Para comenzar con el análisis, consideramos conveniente realizar una descripción topológica para detallar de qué manera está constituida la revista *La Cazadora*. Los elementos centrales de la identidad gráfica de la revista son los siguientes:

### **Logotipo**

En la portada, el nombre de la revista aparece en modo de logotipo, es decir, un nombre de marca que tiene determinadas características estéticas que se repiten cada vez que se presenta. En el caso de *La Cazadora* el logotipo viene a nombrar la revista y cualificarla. Podríamos definir al logotipo haciendo alusión a la flecha de Diana Cazadora<sup>12</sup>, personaje en el que se inspiraron para nombrar a la revista, ya que se encuentra un subrayado con forma de flecha que sostiene las palabras.

En este caso, el diseño de la tipografía busca la semejanza con la escritura manuscrita. Se trata de una letra Cursiva o Itálica: Un estilo elegante con prisa, inclinado ligeramente hacia la derecha .



### **Títulos**

Los títulos en cada edición de *La Cazadora* indican la temática principal sobre la que va a tratar el número de la revista. Por lo general se presentan en el centro de la portada. Su tipografía se caracteriza por ser Sans Serif o Palo Seco con bordes simples, minimalistas, logrando una lectura clara y legible.

*La Cazadora* utiliza en los títulos un lenguaje coloquial, variedad de adjetivos calificativos y adjetivos demostrativos, interjecciones o modismos más propios del lenguaje hablado que del escrito. Por otra parte, observamos que en algunas oportunidades el enunciador incorpora el juego de palabras en sus titulares, apuntando a un vínculo cómplice con la destinataria.

Se puede pensar que con sus títulos, *La Cazadora* demuestra y anticipa de qué se va a tratar cada número, pero a la vez, jerarquiza la información anticipando muchas veces de manera

---

<sup>12</sup> En la mitología romana, Diana era la diosa virgen de la caza, protectora de la naturaleza y la Luna. Su diosa griega equivalente en la literatura es Artemisa, si bien en cuanto a culto era de origen itálico.

muy acotada y capciosa sobre el tema a tratar. Por lo general se trata de títulos simples, cortos y concisos, que presentan los temas que se encontrarán dentro de la revista.

El título constituye “una suerte de tenaza que impide que los sentidos connotados proliferen hacia regiones demasiado individuales o bien hacia valores disfóricos”<sup>13</sup> que se vincula con la imagen como elemento principal de la portada que cumple la función de captar la atención del destinatario. En la mayoría de las portadas la revista utiliza fotografías centrales, dejando de lado las caricaturas o los dibujos.

### Colores del título

Si logramos observar nuestro corpus desde la perspectiva cromática, es posible distinguir dos grupos de portadas:

- a) Aquellas que en su superficie contienen los colores azules, celestes y turquesas. Se percibe la intención de tonificar con el color más oscuro una frase por sobre la otra y así seleccionar la frase que queremos que capte la atención del lector.



**Contra el mito del**  
instinto maternal



**Aborto en Rosario,**  
las cifras del silencio



**Uñas pintadas**  
sobre el volante

- b) Aquellas que en la superficie contienen los colores violetas, lilas, rosados y fucsias. En este caso son las frases de color violeta o rosado oscuro las que se intensifican por sobre las de color rosa claro o lila para así intentar captar la atención del lector.



**Cuerpo de mujer:**  
un campo de batalla



**Violaciones en casa:**  
un muro de silencio

<sup>13</sup> Barthes, Roland. Retórica de la imagen. Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires, 1987

- c) Al mismo tiempo, se logra percibir un juego gráfico en los títulos de *La Cazadora* que se presenta en la saturación de una frase por sobre la otra, queriendo demostrar una suerte de separación entre tema y opinión, entre tema y subtema o entre tema y posición del tema.

Por ejemplo: “**Violaciones en casa**, un muro de silencio” ante el conocimiento de los casos de abuso y violación ocurridos dentro del seno familiar, opinamos que existe un muro de silencio ante esta problemática. O “**Cuerpo de mujer**, un campo de batalla” la temática de la revista va a ser el cuerpo de mujer, que a sabiendas de los estereotipos y mandatos de género que circulan alrededor de dichos cuerpos, sostenemos que es un campo de batalla.

## Notas

**Uñas pintadas**  
sobre el volante

Por **Fernanda Blasco**

*La mano extendida y la mirada fija en la luz roja de la banderita, dos señales inconfundibles, acen que el auto negro y amarillo se detenga en la esquina para vantar al pasajero. La puerta se abre al mismo tiempo que la tormenta se desata sobre la ciudad. Comodarse en el asiento trasero lleva poco tiempo, pero lo suficiente para notar con asombro*

que la mano que maniobra con los cambios lleva las uñas pintadas.

“Conduzco un taxi porque me gusta manejar, estar en la calle y ganar plata. Es mi ideal. Además, soy mi propio jefe por lo que tengo bastante libertad. No sé si todos tienen la misma suerte”, asegura Analía, quien desde hace seis años comparte con su marido la responsabilidad de mantener el hogar gracias al auto de la familia. Madre de cuatro adolescentes y fanática del volante des-

de que su papá le enseñó a manejar a los doce, ella asegura que “ser taxista no implica que dejes de ser mujer, pierdas tu feminidad o te empiecen a gustar las de tu propio sexo. Es un trabajo como cualquier otro”.

Silvia tiene 51 años, y también lleva seis manejando. “Las mujeres me cansan. Dicen: «Ay, una señora» cada vez que me ven. Sabés que te van a lanzar los típicos «cuánto hace que se dedica a esto, le gusta no tener miedo», sostiene. Tanto ella como su esposo eran bancarios que cuando se quedaron sin trabajo, vendieron una casa que tenían y decidieron comprar un auto.

Se calcula que en Rosario hay un promedio de cinco mil choferes de taxi de los cuales menos de un uno por ciento son mujeres: entre las que trabajan en radio y las que lo hacen por su cuenta, las QTF (como se las conoce en la jerga) difícilmente superan las 30. Si bien es común que las que se inician en el negocio lo hagan para ayudar a su

esposo, también están quienes toman la decisión ajenas a cualquier influencia familiar.

Mónica tiene 42 años, es casada y sin hijos, trabaja como peón de taxi desde hace más de cinco. Hace tiempo tenía una fábrica de regalos de cerámica que quebró. Entonces le ofrecieron trabajar con un taxi, sacó el carné y se decidió a probar. “Llevo ya seis años probando -bromea-. Aunque, en realidad, siempre me gané la vida detrás del volante”. Hoy está en la calle de siete de la mañana a cinco de la tarde.

También fue la situación económica la que llevó a Graciela a hacerse cargo de un taxi hace tres años. Sin embargo, esta recibidora de cereales y madre de tres varones asegura que le encanta conducir: “Desde que saqué el registro siempre maneje. Soy la dueña del taxi y tengo un peón pero prefiero trabajar por la mañana y dejárselo a él por la tarde. A la noche no lo saco, con todos los ▶ pág. 2

Ante el análisis de la totalidad de los números pertenecientes a la *La Cazadora* se logró percibir que las notas centrales de la revista tienen su comienzo en la portada para luego continuar con su desarrollo en el primer pliego de la misma. Corresponde a una sección fija de la revista y se trata, al igual que en todas las portadas, de una profundización sobre el tema presentado por el título, donde se destacan los testimonios de protagonistas y profesionales involucrados en la temática..

## Imágenes principales y adicionales

La imagen fotográfica ocupa un gran lugar dentro de la división espacial de los elementos que constituyen la tapa o portada de la revista. De tal manera, podríamos asegurar que la imagen en la portada es lo que atrae y llama la atención de la lectora de la revista ya sea esta

una lectora asidua o una lectora ocasional que se detiene a observar las diferentes portadas que se le presentan en un kiosco de revistas. Dicha caracterización tiene en cuenta tanto la imagen principal que acompaña al título, como las dos imágenes que se encuentran en la parte inferior de la revista, las cuales tienen como función anticipar las notas que contiene la revista en su interior.



Por lo general, en estas imágenes fotográficas se observa la presencia de mujeres cuyas corporalidades no responden a una estética hegemónica; se trata de cuerpos no hegemónicos, son imágenes de mujeres adultas, mujeres no flacas, mujeres con pecas, etc. Es decir, cuerpos que no responden a aquel estereotipo de mujer ligado a los estándares o cánones de belleza. Lo que intenta de esta manera *La Cazadora* con sus portadas es presentar un modelo de belleza que se diferencia de aquel modelo único sostenido por un discurso capitalista y patriarcal.

En la portada n°13, por ejemplo, podemos observar la fotografía del abdomen de una mujer que se encuentra ajustado a una cinta métrica. Es una imagen típica de revista femenina hegemónica para ilustrar dietas, pero que se resignifica con el titular que afirma: “*cuerpo de mujer, un campo de batalla*”. En este título hay una operación de vinculación e identificación del lectorado de la revista, al entender que la mayoría de las mujeres son víctimas de estereotipos de género que se construyen a través de la publicidad gráfica y los medios de comunicación. Haciendo énfasis en la afirmación de “cuerpo de mujer, un campo de batalla”, *La Cazadora* logra posicionarse como un interlocutor que conoce aquella cosificación a las que están sometidas las mujeres, y a la vez rompe con esa idea que se reproduce una y otra vez al considerar a la mujer como un objeto mercantil, normativizado y cosificado.

Más allá de esta intención en derribar este modelo de belleza hegemónica, se podría afirmar que en el contenido de la revista tanto como en sus portadas se percibe una construcción de lo femenino que de alguna manera legitima ciertas categorías de mujer ligados a los estándares de “ser-mujer” de los años ‘90, mujeres con uñas pintadas, mujeres maquilladas, mujeres “coquetas”, etc. Tal es así que lo podemos notar en la portada de la revista N°7 que consta de una fotografía de una mujer en la calle, posando con sus manos con uñas largas y pintadas sobre un taxi negro y amarillo, donde el título afirma: “*uñas pintadas sobre el volante*”. Teniendo en cuenta el hecho de que pintarse las uñas es una práctica que en esos años era exclusiva de las mujeres, se puede pensar que la lectora a la que apuntó la revista *La Cazadora* tenía una cierta adhesión a esas costumbres o convenciones ligadas con las mujeres.

Con la portada n°15, cuyo título es “*Contra el mito del instinto maternal*”, *La Cazadora* logra posicionarse como una interlocutora frente a aquellos roles y papeles que se les ha asignado a las mujeres en el ámbito de la reproducción biológica.

De esta manera *La Cazadora* se posiciona frente a una de las discusiones más intensas que tartará de instalar el discurso feminista: el mito del instinto materno.

Como sostiene Lola Luna<sup>14</sup> (2007) en su libro “*Entre discursos y significados. Apuntes sobre el discurso feminista en América Latina*.”: “Uno de los avances del discurso feminista fue distinguir entre sexualidad y reproducción. Las categorías existían procedentes del discurso médico pero la situación que se daba era considerar a las mujeres ligadas a la reproducción

---

<sup>14</sup> Profesora y Doctora en Historia de América, en la Universidad Complutense de Madrid. Su línea de investigación son los movimientos sociales de mujeres y ha escrito sobre la historia del feminismo de segunda ola en España y sobre los movimientos de mujeres en América Latina

biológica sin ningún tipo de derechos. La sexualidad no importaba, la función única y principal históricamente era tener hijos para la familia; y luego fue tener hijos para la comunidad y la patria como un bien social. Este era el significado de la categoría Maternidad en el discurso patriarcal.” (p. 86)

Contextualizando el contenido de los años ‘90, se podría afirmar que *La Cazadora* instala en el discurso mediático una realidad disruptiva. Debido a que históricamente se ha pensado a la mujer desde una perspectiva biologicista donde se le enseñaba que su tarea específica y fundamental era la maternidad, que el amor maternal era algo instintivo, algo innato.

*La Cazadora* trató temáticas que no solo salían de lo que podría tratar algún medio tradicional o hegemónico de la ciudad, sino que sobre todo trataba temáticas relacionadas al ámbito privado de las mujeres, temáticas asociadas a lo íntimo y a las realidades habitadas dentro del hogar. Como ejemplo podemos citar la portada n°14 donde el título afirma: “*Violaciones en casa, un muro de silencio*”. En este caso *La Cazadora* visibiliza de las temáticas quizás más recurrentes hoy en el discurso feminista, que es la violencia de género. Pero, en el contexto de los años ‘90, esta portada logra evidenciar esta realidad íntima y personal de las mujeres que podría considerarse como “tabú” para la época, y a través de la cual el patriarcado ha logrado consolidarse a lo largo de los siglos.

*La Cazadora* en este caso, se posiciona sobre el saber de la existencia de hechos de violencia de género en lo íntimo del hogar, y de esta manera lo que propone es romper con ese “muro de silencio” al que se refiere en el título, un muro edificado por el patriarcado, a través de la tristeza, la culpa y el miedo.

Al respecto Diana Maffía (2007) sostiene que:

“Tomar la familia como una unidad influye en el hecho de que todavía haya resistencia del Estado en atender conflictos que ocurren en el interior de esta familia, porque se supone que está cerrada como una celda y que el hecho de que el Estado intervenga es romper un límite –atender violencia familiar, sexual, abuso, incesto, estupro dentro de la familia–. Todavía hay resistencia para romper esa celda que se supone que la familia configura.” (p. 20)

En cuanto a la portada de la revista N° 11 cuyo título es: “*Abortos en Rosario, las cifras del silencio*”, en particular consta de una fotografía del abdomen de una mujer con una mano apoyada sobre el mismo. A diferencia de las portadas anteriores, donde la fotografía mostraba más contenido, esta fotografía demuestra la potencialidad retórica de exponer una parte del cuerpo de una mujer, en este caso el abdomen, cuyo sentido final se comprende gracias al

relevo del título. (porque también podría puede connotar maternidad, embarazo, ser madre, a ser un cuerpo gestante. etcétera). Con este título y esta imagen logra captar la atención de la lectora, ya que se trata de un título fuerte que afirma que los abortos en la ciudad de Rosario son un hecho, en una época donde esta realidad se encontraba invisibilizada.

### **Tapa o portada**

La portada o tapa es un espacio sustancial ya que se trata del primer impacto que tiene hacia los lectores o destinatarios de las revistas. Es el primer indicio público sobre la identidad construida por cada editorial, dejando en la misma una huella de identidad, para que luego cada destinatario logre identificar la revista escogida entre las demás.

Gastón Cingolani en su escrito “*Tapas de semanarios argentinos en el siglo XX*” sostiene que las portadas de las revistas funcionan de alguna manera como puertas, como un dispositivo de apertura y clausura a la vez.

De las tipificaciones que nos propone Cingolani, podríamos sostener que en gran mayoría, las portadas de la revista *La Cazadora* operan como una puerta donde se puede vislumbrar de alguna manera lo que va a contener la revista en su interior. Como describe Cingolani: “Estas tapas o portadas, no anteponen un signo sino que en todo caso lo que se aprecia es efectivamente una parte de lo que hay luego de ellas (es el caso de las puertas con algún tipo de trasluz o ventana que posibilita apreciar las cualidades del espacio contiguo)” (2009. p. 86).

En cuanto al tipo de construcción identitaria que caracteriza a *La Cazadora*, se puede describir que la revista cuenta con dos especificaciones: la primera es la identidad de marca, ya que el isologo de la revista (la tipografía del nombre de la revista por ejemplo, la disposición de las imágenes y del texto) son siempre iguales; y la segunda reposa sobre la relación identitaria con el género o rubro ya que se trata de una revista que se define por ser “de mujeres para mujeres”.

En este sentido, *La Cazadora* se encarga de procurar estilos, formas, microrrelatos y argumentos desde sus portadas que contribuyen a su aceptabilidad desde lo estilístico, pudiendo establecer una manera distinta de conformar una portada de revista en los años ‘90.

### **Consideraciones sobre el contrato de lectura en el recorrido temático**

A sabiendas de que el análisis de una portada de revista implica atender a todos los elementos de la misma, al analizar las imágenes en las portadas de *La Cazadora* podríamos

definir que son usadas para interpelar a la lectora captando su atención. Además, la imagen también nos permite identificar y analizar qué tipo de contrato de lectura propone. A partir del recorrido temático realizado es que surgen cuestiones fundamentales para ir delineando el particular nexo que *La Cazadora* construyó con su público.

Como sostiene Eliseo Verón en su texto “*Cuando leer es hacer: la enunciación en el discurso de la prensa gráfica*.”: "Para un soporte de prensa, las modalidades de enunciación de la portada son un factor esencial de la construcción del contrato: La portada puede mostrar de manera a la vez condensada y precisa la naturaleza del contrato o bien ser más o menos incoherente con respecto a este último." (1984. p. 175)

En primer lugar, observamos que en la totalidad de los números de la revista prevalece una nota con testimonios de mujeres protagonistas de hechos o acontecimientos vinculados con la temática del título. Como por ejemplo en la revista n° 7 “*Uñas pintadas sobre el volante*”, donde se presentan las declaraciones de Graciela, Analía y Mónica, quienes ejercen como taxistas en la ciudad, en relación a la labor de taxistas en Rosario.

También sucede en la revista N° 15 “*Contra el mito del instinto maternal*” donde se citan a Darwina Galicchio -madre de una desaparecida en la última dictadura militar- y a Mariela F. -madre adolescente- para dar luz a las distintas condiciones materiales en las que se puede llevar a cabo la maternidad.

Con este esquema lo que busca *La Cazadora* es que el público se sienta identificado, que se sienta parte de aquella realidad que exponen las mujeres en la nota, y se vea reflejado en las realidades de sus vecinas que bien podrían ser las suyas. Se podría pensar que *La Cazadora* con sus portadas procura construir su audiencia siendo cómplice de aquellas realidades que existen en la vida de las mujeres, citando y evidenciando las pruebas necesarias para justificar dicha realidad.

Aunque la forma gramatical no se corresponde con el modo arquetípico del “discurso cómplice” (caracterizado entre otras cuestiones por el uso de la forma gramatical *nosotros*), las portadas analizadas permiten observar la construcción de un vínculo de identificación entre las lectoras y las productoras de la revista.

En la portada de la revista N°13 “*Cuerpo de mujer, un campo de batalla*” la enunciataria logra generar un fuerte lazo de identificación con la , a partir de la afirmación sobre una realidad que perjudica a las mujeres al ser víctimas de prácticas culturales que acentúan la desigualdad de género. Al basarnos en la afirmación de considerar al cuerpo de la mujer como un campo de batalla, el enunciador logra generar cierta identificación con su

interlocutor, es decir, al compartir información sobre aquellos estereotipos de género que afectan de alguna manera la salud de las mujeres.

En el caso de la revista n°11 “*Abortos en Rosario, las cifras del silencio*” a través del título y de la bajada de esta portada, el enunciatario logra una fuerte afinidad con el enunciador ya que constata la voluntad de sacar a la luz e la existencia de la cantidad de abortos realizados en la ciudad de Rosario y la clandestinidad de su práctica.

Sin embargo, el contenido de esta nota principal, de tapa, no siempre contiene testimonios de protagonistas mujeres, sino que también se observa la presencia de distintos profesionales y especialistas que profundizan sobre las temáticas propuestas (ya sea un abogado, un médico, un nutricionista, un juez, una psicóloga, etcétera). La presencia de los especialistas en la portada de la revista es la presencia de quien posee el conocimiento, avalado por una formación acorde, y que en este caso viene a dar fuerza a lo que se propone desde la portada. En este caso su intención como enunciador es que el lector "aprenda", lo que lo constituye como un enunciador **pedagógico**.

Otro elemento que caracteriza a la relación de tipo pedagógico, es la articulación de texto e imagen y al interior de la revista, articulación que ordena lo que se presenta en la portada, a la vez que le indica al lector el tema más importante de la misma.

Aunque se trate de la misma nota, existe una hibridación o un cruce en la intención que mantiene el enunciador con la misma. En estas dos intenciones, la de los testimonios de especialistas como los testimonios de mujeres protagonistas, se anticipa la doble especificidad que creemos que exhibe el contrato global de *La Cazadora*: La combinación de un vínculo pedagógico con otro, más relacionado con la complicidad. Dicha hibridación se debe, en parte, a su carácter pionero, es decir, la revista plantea una manera de construir el vínculo a medida que se va creando.

Por otra parte, sabemos que la imagen y el tratamiento que se le da a la misma son elementos centrales para analizar el tipo de contrato de lectura que establece la revista *La Cazadora* a través de sus portadas. En este sentido, retomando las distintas modalidades de imágenes que propone por Eliseo Verón, podemos observar que prevalece la modalidad “*pose*”: se trata de una fotografía que parece haberse realizado en un estudio fotográfico, donde queda evidenciado que la persona (la mujer, en este caso) está posando especialmente para ser fotografiada. Podemos observar esto en las portadas de las revistas N° 7: “*Uñas pintadas*”

sobre el volante”, revista N°11 “*Aborto en Rosario, las cifras del silencio*”, y revista N° 13 “*Cuerpo de mujer, un campo de batalla*”.

En cuanto a las portadas de las revistas N°14 “*Violaciones en casa, un muro de silencio*” y revista N°15 “*Contra el instinto del mito maternal*” podríamos categorizar sus imágenes dentro de la modalidad “*retórica de las pasiones*”, ya que se caracterizan por no presentar una pose artificial generada específicamente para ser una imagen de portada. En esta modalidad, el objetivo principal del enunciador es la captación de lo desprevenido, tal como podemos identificar en la portada de la revista N° 15 “*Contra el instinto del mito maternal*” donde la imagen que se eligió para ser parte de la portada no fue generada específicamente para ser la imagen de una revista, sino que más bien es una imagen retratada en la cotidianeidad de lo que podría ser una tarde en el Parque España, donde se logra captar a dos personas desprevenidamente.

En el caso de la portada de la revista N° 14 “*Violaciones en casa, un muro de silencio*”, encontramos una ilustración, un dibujo con figuras grotescas de monstruos con dientes y manos grandes, colorido . Se trata de un dibujo ya generado anteriormente, posiblemente ilustrado por un niño; las características “monstruosas” permiten interpretar que fue dibujado por una víctima de abuso y/o maltrato sexual, aunque no haya sido generada particularmente para ser la imagen de la portada de una revista.

En este sentido se podría concluir que de *La Cazadora* establece otra vez una hibridación en el tratamiento de las imágenes y que esto puede deberse a este carácter pionero de un medio que se va construyendo a medida que se crea y cuyas decisiones retóricas no están del todo definidas. Su novedad es el recorte temático.

## CONSIDERACIONES FINALES

Ante una serie de interrogantes que se anteponían a la realización de este trabajo donde pudimos desarrollar líneas de indagación y donde emprendimos un largo recorrido teórico que nos permitió esbozar una hipótesis, llegó la instancia final donde intentamos desarrollar algunas consideraciones finales.

En primer lugar, podríamos mencionar que la revista *La Cazadora* lo que hace es comenzar a resolver un problema que resulta muy notable en los años '90: la escasa representación de las mujeres en los medios de comunicación regionales. El discurso de la revista se propone intervenir sobre esta problemática poniendo en circulación distintos asuntos relacionados a las mujeres, entre las que se encuentran varias de las grandes temáticas que forman parte de la agenda de las luchas feministas actuales. Se propone resolverlo de la mano de profesionales especializados en cuestiones de género (que en esa época no se consideraban cuestiones de género sino más bien cuestiones de “mujeres”) y en temáticas vinculadas a la realidad de las mujeres que en aquella época se consideraban como “tabú”.

Observamos también que en su dispositivo de enunciación o contrato de lectura presenta una modalidad pedagógica como estrategia de vinculación con las lectoras. De igual modo, como ya expresamos, *La Cazadora* emplea esta modalidad pedagógica produciendo y concretando una identificación con sus lectoras. Es un acercamiento basado en la complicidad, que se plasma en las notas con testimonios de mujeres protagonistas y/o víctimas de la temática que propone la portada, en el lenguaje coloquial, en ciertos modos de utilización de las imágenes o en el ingenio de los titulares.

En segundo lugar, mencionar el lugar que ocupó *La Cazadora* en la ciudad de Rosario y en su región como un dispositivo que logró contribuir a la promoción de derechos humanos de las mujeres -tales como el derecho a la información, al ser representadas, a ser escuchadas, etc- adoptando categorías del discurso feminista y de los derechos humanos como fueron: *Aborto*, *Violencia de Género*, *Estereotipos de Género*, *División Sexual del Trabajo*, etc. Además, en los años '90 la revista logró ser un espacio donde se pudieron expresar distintas mujeres pertenecientes a la redacción del diario El Ciudadano en un momento donde dichas voces en los medios de comunicación no eran visibles.

En ese sentido, se podría pensar a *La Cazadora* no sólo como un dispositivo que logró bregar por los derechos humanos de las mujeres, sino también como elemento político que apuntaló

las luchas para lograr una participación más democrática de las mujeres en todos los estratos de la sociedad.

Es decir, la revista permitió que la prensa rosarina comience a comprender las responsabilidades que las nuevas normativas internacionales asignan a los medios de comunicación en relación a los derechos humanos de las mujeres.

En tercer lugar, podríamos afirmar que aquello que logra *La Cazadora* es instalar un discurso que incomoda paralelamente a aquel discurso de los medios de comunicación tradicionales y hegemónicos que cosifican, mercantilizan y estereotipan a las mujeres constantemente. De esta manera, se podría afirmar que la creación de esta revista no sólo logra contribuir a la perspectiva de los derechos a las mujeres, sino que también lo que se logra con su creación es una mayor participación de las mujeres periodistas y comunicadoras dentro de la estructura del diario El Ciudadano.

Creemos que los debates actuales sobre el rol de los medios en la construcción de realidades, estereotipos de género, consumos culturales, economía del cuidado, deben incluir dentro de su abordaje perspectivas que visibilicen la diferencia en la distribución del poder que se genera dentro de las redacciones y demás espacios de producción de contenidos. En este sentido, *La Cazadora* constituye una experiencia pionera en visibilizar que los contenidos patriarcales son producto de la desigual participación de las mujeres en las redacciones y que la transformación de los contenidos se produce por la propia insistencia de las mujeres periodistas.

Para concluir, podríamos decir que es posible reconocer a través del análisis del discurso de la revista *La Cazadora* el proceso social que envolvió a la Argentina en los años '90. Es posible distinguir las marcas de una sociedad atravesada por una violenta política económica neoliberal, y aún indiferente a las violencias de género estructurales de la sociedad patriarcal. *La Cazadora* con su discurso viene a tejer una suerte de salvedad, dando luz a una dura crítica y proponiendo paralelamente otra forma de hacer comunicación que involucre a las problemáticas de las mujeres y del género. En este sentido, *La Cazadora* no solo se sitúa como una puerta de entrada al periodismo feminista que se consolidará décadas más tarde, sino que además anticipa “un modo de ser feminista”, al situarse en un lugar de crítica al neoliberalismo imperante en los años '90.

Para finalizar, cabe la necesidad de mencionar lo indispensable que resulta que en la carrera Licenciatura en Comunicación Social se reconozcan los aportes con los que se reconstruye una genealogía del periodismo feminista en la ciudad de Rosario, contemplando a sus pioneras. Además, vale la pena mencionar que, en este caso, se trató de una experiencia que

logró construirse desde la *praxis*. *La Cazadora* creció y se estableció a partir de las realidades, el empuje y la militancia de cada una de sus creadoras y comentaristas y desde allí impactó -y continúa afectando - en la formación y las expectativas de varias generaciones de estudiantes de Comunicación.

## ANEXO

### Entrevista a Sonia Tessa

(Ex trabajadora de *El Ciudadano*. Creadora del suplemento *La Cazadora*)

#### 1. ¿Por qué decidieron nombrar a la revista como “*La Cazadora*”?

La decisión de nombrar *La Cazadora* fue un poco, no te voy a decir “obligada”, pero sí porque en realidad nuestra primera intención era nombrarla “La Ciudadana”. Nosotras sabíamos que queríamos hacer un suplemento de género, éramos cuatro y yo era la que en la estructura del diario tenía la mayor jerarquía porque era la subjefa de la sección Ciudad del diario *El Ciudadano*. El diario se fundó el 7 de octubre de 1998, el dueño era Orlando Vignatti y al poco tiempo como no tenía los resultados de venta que él esperaba (instalar un diario en papel, estamos hablando del siglo pasado, no?) convoca un nuevo jefe de redacción Raúl Rey, y el abre toda una política de abrir suplementos entonces con tres compañeras que éramos todas de la sección Ciudad nos planteamos hacer un suplemento de género. Un poco inspiradas en un suplemento muy nuevo que había en ese momento en el diario *Página 12* que era “Las 12” que empezó a salir en 1998 o en 1999. Lo cierto es que con este política de apertura de suplementos, Raúl Rey acepta nuestra propuesta yo creo que pensando más en un suplemento tradicional de mujeres, nosotras calculo que ya hablábamos del suplemento *Mujeres*, porque toda la cuestión del género la fuimos desplegando más adelante y entonces cuando le planteo que queríamos hacer “La Ciudadana” en un diario de se llamaba “El Ciudadano” el jefe de redacción me dice que él no podía sectorizar así a la audiencia. Esa negativa nos llevó a buscar otro nombre y yo me acuerdo que en aquel momento nunca fui una persona que estudiara la mitología grecorromana ni mucho menos pero pensé en la imagen de Diana Cazadora por la cuestión de la caza, incluso en el primer número escribí una editorial que ahora tengo muchas críticas para hacerle a aquel editorial de enfoque, de redacción y etc, pero bueno hablaba de la actitud de salir a buscar, de la actitud de procurarse lo que te dictaba el deseo y entonces quedó *La Cazadora*. Fueron pocos números, porque el primero salió en julio de 1999 y el noviembre del mismo año nos plantearon que iba a formar parte de una revista que se llamó “Temas y Manías” que empezó a dirigir Alberto Caferra (creo, no estoy segura que fuera el primer director) y si bien yo escribí un par de notas en esa revista, lo que generó fue bastante frustración porque en ese momento lo que sí tengo certeza

no porque me lo haya dicho él, sino que supe que al director el suplemento no le gustaba nada, no le parecía un suplemento de mujeres, le parecía que no, que no y que no.

## **2. ¿Cómo nace la iniciativa de instalar un discurso de género en el diario?**

La iniciativa fue de nosotras cuatro después se empezaron a acercar otras compañeras que nos proponían notas de adentro del diario, una compañera como Claudia Bonato que propuso un par de buenas notas que publicamos, aunque ella no trabajara en el diario. Las notas de Claudia fueron una entrevista a “Chiche” Duhalde hablando de aborto y otra que tuvo que ver (creo) con o sobre Zulema Yoma. Después compañeras que también estaban en el diario escribieron, Daniela Colonnello por ejemplo que también proponía un montón de notas, Silvina Tamous también, Alicia Salinas, escribió un compañero, Luciano Couso que escribió una nota buenísima. En general escribían compañeros, escribía Pablo Makovsky. El núcleo duro éramos nosotras cuatro y yo era la editora pero escribían compañeras. Lo que pasa es que todo eso se hacía como un plus totalmente voluntario dentro de nuestro trabajo diario que era muy excesivo porque a ese diario los primeros años le pusimos mucha garra. Un tiempo después nos enteramos de que el diario había sido vendido a La Capital, yo ya no trabajé más en el diario a partir de abril o mayo del año 2000, fue muy breve mi paso por el diario El Ciudadano, que como contexto te cuento que tuvo muchos dueños, el diario La Capital se encontraba en una etapa muy amarillista porque Orlando Vignatti que era el dueño le vende el diario a La Capital y así logra insertarse en el directorio de La Capital que en aquel momento era como “el medio más importante”, que sigue siéndolo pero lo que pasa es que hoy están muy devaluados los medios tradicionales pero todo esto -si no me equivoco- me parece que pasó en el año 2000. Actualmente y después de varios dueños y situaciones fallidas y muchas veces peligro de continuidad de El Ciudadano se conformaron hace ya un tiempo en cooperativa, que lleva el nombre de “Cooperativa La Cigarra” y hoy sostienen ese medio que para mí es un excelente producto y además es sostenido por sus trabajadores. Pero bueno, volviendo al principio, si vos me preguntas por su iniciativa surgió por estas cuatro personas: Carolina Monje, Fernanda Blasco, Cecilia Vallina y yo, como una iniciativa que yo como era la que tenía por ahí un poco más de llegada y era la jefa de la sección le lleve a Raúl Rey y también a Pedro Cantini que era el secretario de redacción y nuestro referente periodístico y lo sigue siendo en muchos sentidos, es una persona con la que al menos yo aprendí muchísimo.

### **3. ¿A quienes les habló *La Cazadora*? y ¿Sobre qué habló *La Cazadora*?**

Yo creo que no nos planteamos un lector o una lectora ideal porque fue todo muy intuitivo, no hubo estrategia de marketing pero sí hubo mucha cabeza puesta en el producto. Creo que le hablábamos a las mujeres que no iban a leer los suplementos más tradicionales, o sea le hablábamos a mujeres que cuestionaban los roles tradicionales por eso se eligió para hablar de cuerpo y movimiento, teníamos una columna que se llamaba “La forma propia” que la hacía Gabriela Morales, otra columna también que se llamaba “La Armadura” que era lo que sería ahora las tendencias y moda, siempre con una mirada muy crítica, esa la hacía Silvia Querede. Le queríamos hablar a mujeres pero muchas cosas estábamos tan inspiradas en Las 12 en aquel momento, le queríamos hablar a mujeres y queríamos sostener planteos de una agenda que no estábamos viendo en los medios de Rosario. Hicimos una tapa donde por primera vez un ginecólogo hacía una estimación de la cantidad de abortos clandestinos que se hacían en Rosario que en aquel momento era impensado, estamos hablando del siglo pasado. Pensá que la campaña por el derecho al aborto se creo en el año 2005, igual habia antecedentes por la lucha del aborto. La verdad es que había una búsqueda ahí de generar otras discusiones, esa fue la búsqueda: generar otra agenda.

### **4. ¿Qué crees que pasó en la Argentina del 1999 a nivel discursivo, económico, cultural y social que posibilitó esta revista?**

No sé si tengo una respuesta a esa pregunta, me acuerdo que en aquel momento (y hoy me parece imposible) la escuchábamos mucho a Lilita Carrió como una figura que venía a hablar de las mujeres en la política. Me parece que era un momento muy bisagra porque si uno piensa lo que pasó después en el año 2001. Pero si necesito ser totalmente honesta de decirte que en realidad nosotras primero hicimos eso y después se acercaron las compañeras de INDESO (Instituto de Estudios Jurídicos – Sociales de la Mujer) y lo valoraron, porque adentro no teníamos ninguna valoración de eso, y a veces como pasan cosas como estas. Pienso en lo bastardeadas que éramos con nuestro producto, que por supuesto tenía muchos defectos pero lo más importante para mi era que había un par de cuestiones que empezaban a aparecer. Hoy veo el discurso de ese suplemento y lo veo bastante ingenuo porque hoy tengo otro recorrido político en los feminismos pero en aquel momento no veníamos de los feminismos, a mi me parece que con mis compañeras éramos intuitivamente feministas, por lo menos nosotras cuatro que hicimos *La Cazadora*.

**5. ¿Se podría pensar en *La Cazadora* como un canal por el cual se escucharon muchas voces antes invisibilizadas?**

Yo creo que se podría pensar en El Ciudadano como el diario que planteó que en la agenda tenían que tener lugar otras voces, me acuerdo que nosotras trabajamos mucho desde El Ciudadano la cuestión de actores y protagonismos (actores sociales y actrices sociales) creo que esa lógica fue también la lógica de *La Cazadora*. Hubo números que estuvieron más logrados que otros, en la revista se siguió escribiendo pero al poco tiempo pasó a ser una sección de una revista. Yo creo que sí, que se escuchaban voces que en ese momento, en pleno menemismo y etc, eran voces que en ese momento no se escuchaban en los medios. El diario se propuso ser muy plural y democrático en las voces que se escuchaban. Creo que algo tuvo que ver la expectativa que creó la alianza con la figura de Carrió, pero bueno, la alianza en su inicio parecía una puerta de salida al menemismo. La década del 90 fue una época oscura en términos políticos entonces si bien veíamos en la figura de De la Rúa todo lo conservador que fue, teníamos expectativas en ese entramado para poder ganarle al menemismo. Entonces, creo que eso también puede tener que ver con esta idea de poder ampliar debates, ampliar la agenda. Era también la época de del Frente Nacional contra la Pobreza, del Frenapo, la lucha por lo que después fue la Asignación Universal por Hijo (aunque no tenía ese nombre) quizás sea un poco loco, pero entiendo que quizás *La Cazadora* fue hija de esa década por la lucha de lo que significaba el neoliberalismo, lucha cultural, lucha política, etc. pero esto es quizás es una lectura bastante distanciada porque en ese momento ni ahí lo pensábamos pero sí pienso que en el segundo número la tapa tenía la figura de Carrió y nosotras en ese momento la escuchábamos y nos parecía que traía nuevas cosas y si bien hoy Carrió es el paradigma de lo conservador, en aquel momento hablaba cuestiones de género que en ese momento tanto no se hablaba. Respondiendote a la pregunta, creo que sí fuimos ese canal porque también estábamos dentro de un diario que se proponía ser ese canal.

**6. En el desarrollo de la revista, ¿Notaron un feedback con sus lectoras?**

Es muy difícil responderte a esto. Lo que más recuerdo fue el entusiasmo de algunos sectores en ese momento minorías, como compañeras del momento socialista que estaba en la municipalidad que era reciente. Incluso en ese momento, Lucrecia Aranda que era la jefa del área de mujeres en la municipalidad me contó que habían pensado el premio Juana Manso justamente para darle un premio a *La Cazadora* como para promover ese tipo de

publicaciones. Ahora nos parece que hay un camino recorrido pero en aquel momento era realmente novedoso para Rosario, en todas sus con todas sus limitaciones. Lo que más notamos fue en un cierto ámbito de mujeres políticas con muy buena recepción. Después de lectores o lectoras individuales, me ha pasado de estar en una manifestación y que se me acercara alguien pero bueno era un diario que no era el más masivo de la ciudad, pero sí recuerdo un feedback, no recuerdo cartas de lectores pero si recuerdo otras cosas.

### **7. ¿Cómo pensaban las temáticas planteadas en las portadas?**

Siempre el tema de la nota de la tapa era como “el tema” sobre qué poner. Siendo totalmente sincera así como hay tapas que me parecieron preciosas, hay otra que me pareció un horror que fue la de los vestidos de novia, esa me parecía que era una tapa muy poco digna. Lo que pasa es que trabajábamos con tiempos acotados, y con esta nota en particular es que una cosa es lo que hablábamos y otra cosa es lo que se veía plasmado después en la nota. Hubo una nota que hizo Carolina Monje sobre el instinto del mito maternal que la conversamos un montón, y si bien para mi no es una nota que este tan bien escrita me parecía un momento muy bueno para plantear eso, la nota con las hijas del Che Guevara y de Rodolfo Walsh la conversamos un montón. Después, hubo una nota de Cecilia Gallina sobre las mujeres en la política que fue muy buena también, o sea, el eje del suplemento era la tapa, después teníamos una entrevista, teníamos secciones fijas pero la tapa era fija y nos llevaba más debate.

### **8. ¿Cuál crees que fue la finalidad o el objetivo de la revista *La Cazadora*?**

Yo creo que hubo dos finalidades: en primer lugar poner en agenda temas que antes no lo estaban, plantear un espacio específico de género. Esto era un objetivo general, más bien profesional. Pero después hubo más bien un motivo, que tenía que ver con nuestra propia marginación dentro del diario, yo era subjefa de la sección Ciudad, pero nos sentíamos muy dejadas de lado por los compañeros varones entonces en ese sentido el suplemento nos sirvió como un lugar de referencia propio. El objetivo realmente era tener un suplemento para tratar temas que en ese momento no decíamos “de género”, decíamos “de mujeres” con otra perspectiva, todavía no hablábamos de feminismo, no teníamos esas herramientas por lo menos en mi caso. Me parece que todas hicimos nuestros propios caminos, por ahí Cecilia fue la que tuvo mayor desarrollo intelectual pero tampoco creo que en aquel momento tenía tan claro esta cuestión de ser feminista, de hacer un trabajo desde los feminismos. Era más

bien explorar nuevas formas de expresar y de contar temas que atañían a la vida de las mujeres.

**9. Cuando estaban en el debate de cómo querían que sea la revista, ¿se basaron en alguna otra, ya sea para tipografía, color, diseño?**

Para responder esta pregunta tengo que volver a nombrar a Pedro Cantini porque si ese suplemento tuvo algo de elegancia en su diseño (yo creo que lo tuvo), si tuvo mucha síntesis por ejemplo: la columna de cuerpo que la hacía Gabriela Morales, ella había propuesto un nombre larguísimo y Pedro fue el que nos dijo “no, pero ese nombre tendría que ser La Forma Propia”, y para mí sigue siendo un nombre hermoso. Pedro fue quien trabajó muchas horas, codo a codo con Mariana Lopez quien era la diseñadora hasta llegar a darle una personalidad al suplemento. Después cuando el suplemento pasa a ser parte de la revista me enojé con todos, con el jefe de redacción que era Raúl Rey y también con Pedro que era y es mi amigo me enoje. En principio yo diría que a Raúl Rey el producto nunca le gustó, creo que el producto era muy mejorable lo que pasa es que lo hacíamos en el medio o como un plus, le dedicábamos más tiempo, todo fue en aquel momento muy exigido, con eso no justifico las cosas que nos hicieron.

**10. ¿Cómo fue el traspaso de ser una revista a ser un complemento?, ¿Quedaron cosas por decir?**

Te vengo hablando de que para mí fue algo muy traumático, fue una decisión obviamente editorial cuando plantearon tener una revista dominical que se llamaba “Temas y Manías” y ahí subven vieron varios suplementos pero en particular a mí fue un dolor. Recuerdo el enojo que tuve, estuve muchos meses enojada por esa decisión. Después, me fui enterando que a Raúl Rey no le gustaba el suplemento, le parecía que no era un suplemento de mujeres. Pero bueno, eso no me lo dijo él a mí, no recuerdo que él en algún momento se haya acercado y me haya dicho “mira, este suplemento no es lo que pensábamos”. La decisión no fue grata y sí claro que quedaron cosas por decir. Si pensamos que Las12 empezaron a salir en abril del año 1998 y todavía sale, que acompañó, prefiguró y adelantó pero también siguió todo lo que fue el crecimiento de los feminismos en la argentina en estas últimas dos décadas realmente si creo que quedaron muchas cosas por decir.

**11. ¿Crees que es posible construir una manera de hacer comunicación desde el género?**

Creo que sin dudas es posible, es necesario, es vital poder construir una manera de hacer comunicación no solo desde el género, sino desde esto que pones en la siguiente pregunta: desde todos los sujetos que no han tenido su propia voz o que las han tenido pero, bueno todos tenemos voces, pero hablo de aquellas quienes no han sido suficientemente escuchadas, que no han tenido lugar de representación. Creo que es posible hacer comunicación desde el género y es revisando todo lo que decimos desde una posición antipatriarcal, sabiendo que estamos impregnadas de ese patriarcado, o sea, que siempre es una cuestión anticultural y siempre es un esfuerzo, porque no está dado, hay que hacerlo, hay que revisar, hay que ver. Eso por el lado de que si lo creo posible. Después, en relación a cómo debería ser la manera de hacer comunicación donde puedan expresarse todos los diversos sujetos del mundo, yo diría que lo más importante es no apropiarse de la voz ajena. Lo que hay que hacer es un por lado, cada vez más con la posibilidad de la tecnología está la posibilidad de lo autogestivo que para mí es un faro, pero a la vez como muchas veces lo autogestivo no ocupa el centro de la escena, quienes estamos en medios masivos tenemos que abrir paso, hacer lugar, abrir las puertas para otras compañeras mujeres, trans, travestis, pueblos originarios, etc. Así como hace veinticinco, treinta años nuestra tarea era poner otras discusiones sobre la mesa, hoy la tarea es poner nuevos actores sobre la mesa, o sea, tenemos que ser capaces de entender que no podemos decirlo todo nosotras, tenemos que abrir puertas para que otras puedan decir sus propias cosas.

**12. ¿Cómo crees que debería ser la manera de hacer comunicación donde puedan expresarse todos los diversos sujetos del mundo? ¿Crees que es posible que la comunicación pueda dialogar y transformar los sentidos culturales del género?**

No solo creo que es posible que la comunicación dialogue y transforme los sentidos del género sino que lo creo imprescindible. Esa es la batalla cultural de esta época, no es la única pero lo único que no voy a considerar posible es desanclar género de política, género de economía, cuando hablamos de los sentidos culturales del género hablamos de una forma de organización del mundo que es patriarcal y que es capitalista y que en esa dos condiciones subordina, jerarquiza y sobre todo oprime a millones de sujetos en el mundo. Entonces nuestra tarea como feministas descoloniales, como feministas interseccionales es ir ahí, a ese lugar, a dar esas disputas que son disputas de género, pero son profundamente políticas y cuando digo políticas digo en la mayor dimensión y densidad de la palabra política.

**13. Muchísimas gracias, Sonia.**

Gracias a vos por invitarme a recuperar a *La Cazadora*.

## BIBLIOGRAFÍA

- ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE ESTUDIOS EN COMUNICACIÓN SOCIAL (AIECS). (2012). Comunicación y Derechos Humanos. México
- ANGENOT, M. (2010). “El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible”. Buenos Aires, Argentina: XXI Editores.
- BAJTÍN, M. (2003). “La palabra en Dostoievski” en Problemas de la poética de Dostoievski. México: Fondo de Cultura Económica.
- BARCAGLIONI, G., CHAHER, S., ESPINDOLA, M., FERNANDEZ CAMACHO, M., FLORENTIN, C., FRYDMAN, S., GABIOUD, M., LAUDANO, C., MIGNOLI, L., PEDRAZA, V., RAMIREZ BARAHONA, P., SABANES PLOU, D Y SPINETTA, B. Argentina: medios de comunicación y género ¿hemos cumplido con la plataforma de acción de Beijing? / Barcaglioni, Gabriela ... [et al.] ; compilado por Sandra Chaher. - 1a ed . - Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Comunicación para la Igualdad Ediciones, 2018. Libro digital, PDF.
- BARRANCOS, D. (2010). Mujeres en Argentina. CABA. En Ciencia Hoy. Recuperado de <http://www.cienciahoy.org.ar/ch/ln/hoy118/mujeres.pdf>
- BARRANCOS, D. (2011) El mercado sexista. En Voces en el Fenix. CABA. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires. Recuperado de <http://www.vocesenelfenix.com/content/el-mercado-sexista>
- BENVENISTE, E. (1977) Problemas de lingüística general, tomo 1 y 2, Ed Paidós México.
- BERTOLO, M. (2019) “*Mujeres y trabajo en clave histórica*” en El Ciudadano. Rosario, Argentina.
- BOURDIEU, P & PASSERON, J. (1977). La reproducción. Elementos para una teoría del sistema de enseñanza, Barcelona, Laia.
- BUTLER, J. (1997). Lenguaje, poder e identidad. Madrid: Síntesis. 2004
- CABRERA, Miguel, A. (2001). Historia, lenguaje y teoría de la sociedad. Madrid: Ediciones Cátedra
- CAÑOLES, C. G. (2001-2002) . «Discurso feminista y literatura: antecedentes bibliográficos». *Documentos Lingüísticos y Literarios* 24-25: 23-28 [www.humanidades.uach.cl/documentos\\_linguisticos/document.php?id=138](http://www.humanidades.uach.cl/documentos_linguisticos/document.php?id=138)  
(Dirección Electrónica)

- CARDOZA, M. “Desde un balcón de lesbianas””, Ib., p. 14
- CASTILLO, V., NOVICK, M., ROJO, S., & TUMINI, L. (2007). Gestión productiva y diferenciales en la inserción laboral de varones y mujeres. Estudio en cuatro ramas de actividad. En *El Trabajo Femenino en la Post Convertibilidad* (1st ed.). Buenos Aires: CEPAL.
- CHAHER, S. (2014). Implementación en Argentina de un marco normativo auspicioso sobre comunicación y género. En Chaher, S. (comp.), *Políticas públicas de comunicación y género en América Latina. Un camino por recorrer*. Buenos Aires: Eudeba.
- CHAHER, S. (6 de Enero de 2016). Comunicación y género: ¿por qué defendemos la Ley de Medios?, *Marcha, Una mirada feminista de America Latina y el Mundo*. <https://www.marcha.org.ar/comunicacion-y-genero-por-que-defendemos-la-ley-de-medios/>
- CHAHER, S. Y SANTORO, S. (2007). *Las palabras tienen sexo. Introducción a un periodismo con perspectiva de género*. Buenos Aires: Artemisa, 2010.
- CHAHER, S. Y SANTORO, S. (2010). *Las palabras tienen sexo II. Herramientas para un periodismo de género*. Buenos Aires: Artemisa, 2010.
- CINGOLANI, G (2009): “Tapas de semanarios argentinos en el siglo XX: historia discursiva de un dispositivo y dos medios” *Letra. Imagen. Sonido. Ciudad mediatizada*. N°1. págs. 83-92
- CREMONA, F. (2011). *Cuaderno de cátedra comunicación y género.- 1a ed.- Facultad de Periodismo y Comunicación Social. La Plata: Universidad Nacional de la Plata.*
- CLAUDIA N. LAUDANO (2010) *Revista Derecho y Ciencias Sociales*. Octubre 2010. N°3. Pgs. 88-110 ISSN 1852-2971 Instituto de Cultura Jurídica y Maestría en Sociología Jurídica. FCJyS.UNLP. *Visibilidad mediática de la violencia hacia las mujeres: continuidades y cambios en Argentina (1983-2009)*.
- COLAIZZI, GIULIA. (1990). *Feminismo y teoría del discurso*. Madrid: Editorial Cátedra.
- ELIZALDE, S. (2007). "De encuentros y desencuentros. Hacia un mapa indicial del vínculo género/comunicación". *Cuadernos Críticos de Comunicación y Cultura*. Buenos Aires, pp. 15 – 40.
- FABBRI, L. (2013). *Apuntes sobre Feminismos y construcción de Poder Popular*. Rosario: Puño y Letra.

- FAUR, E. & ZAMBERLIN, N. (2007), Gramáticas de género en el mundo laboral. Perspectivas de trabajadoras y trabajadores en cuatro ramas del sector productivo del área metropolitana de Buenos Aires”. En *El Trabajo Femenino en las Postconvertibilidad*. Buenos Aires: Cepal
- FIGUEROA, L. (2014) “Gènero y producción informativa en la provincia de Santa Fe: radiografía actual del trabajo de mujeres y varones en las redacciones”. Tesis de la licenciatura en Comunicación Social. Universidad Nacional de Rosario. Repositorio hipermedial de la Universidad Nacional de Rosario: <https://rephip.unr.edu.ar/handle/2133/6626>.
- FRUTOS, S. (1997) “La entrevista en profundidad en la investigación social: interacción comunicativa”, en *Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la UNR, Vol 2*, Rosario.
- FORD, A. RIVERA, J. B., & ROMANO, E., (1985). Los medios masivos de comunicación en la Argentina. En: Ford, A. Rivera, J. B., & Romano, E., *Medios de Comunicación y Cultura Popular*. Buenos Aires, Legasa, p24-45.
- FOUCAULT, M. (1992). *El orden del discurso*. Buenos Aires: Editorial Tusquets.
- GARCÍA MUÑOZ, S. (2007). Cap. “*Derechos humanos de las mujeres: marco legal de origen nacional e internacional*”. En “Chaher, S. y Santoro, S. *Las palabras tienen sexo. Introducción a un periodismo con perspectiva de género*. Buenos Aires: Artemisa, 2007.
- GRAMSCI, A. (1981). “Cuadernos de la cárcel”. Vol.1. México: Ediciones Era.
- GUBER, R. (1991) *El salvaje metropolitano*. Legasa, Buenos Aires.
- HASAN, V. (2016) *La Trama de la Comunicación - Volumen 20 Número 2 - julio a diciembre de 2016 / p. 127-143 / ISSN 1668-5628 - ISSN digital 2314-2634 El ingreso de la agenda feminista a la agenda de los medios -*
- HALL, S. (1973). “Codificar, decodificar” en *Culture, Media y Lenguaje*. Londres: Hutchinson -Centre for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham. Traducción de Silvia Delfino.
- HERMOSILLA MARIA, E. (2007). Prólogo: “Las palabras tienen...”. En: Chaher, S. y Santoro, S. *Las palabras tienen sexo. Introducción a un periodismo con perspectiva de género*. Buenos Aires: Artemisa, 2007.
- KOLDORF, A. (2008). “*Familia y Nueva Pobreza desde una perspectiva de género. Rosario, 1994-2002*”. Prohistoria Ediciones. Rosario, pp. 136.

- LAUDANO, C. Revista Derecho y Ciencias Sociales. Octubre 2010. N°3. Pgs. 88-110  
ISSN 1852-2971 Instituto de Cultura Jurídica y Maestría en Sociología Jurídica.  
FCJyS.UNLP. Claudia N. Laudano . Visibilidad mediática de la violencia hacia las  
mujeres: continuidades y cambios en Argentina (1983-2009).
- Ley N° 24.012. Ley de Cupo Femenino. Art. 60 (1991). Publicada en *Boletín Oficial*,  
6 de Noviembre de 1991, Argentina.
- LUNA, LOLA G. (2007). Entre discursos y significados. Apuntes sobre el discurso  
feminista en América Latina. Publicado en La Manzana de la Discordia, n° 4: 85-98,  
Universidad del Valle, Centro de Estudios de Género Mujer y Sociedad. Cali.
- LOLA, LUNA G. (2002): “La historia feminista del género y la cuestión del sujeto”  
*Boletín Americanista*. N° 1 52. Barcelona.
- LÓPEZ DÍEZ, P., ORTIZ SOBRINO, M. & CUESTA RICO, J. (2004). Manual de  
información en género. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión,  
Publicaciones.
- MAFFÍA, D. (2007). Cap. “Sujetos, política y ciudadanía”. En “Chaher, S. y Santoro,  
S. *Las palabras tienen sexo. Introducción a un periodismo con perspectiva de género*.  
Buenos Aires: Artemisa, 2007.
- MARTINI, S. (2007). “Argentina. Prensa gráfica, delito y seguridad”, en AA.VV. Los  
relatos periodísticos del crimen. Bogotá, Colombia: Centro de competencia en  
Comunicación por América Latina. Disponible en:  
<http://library.fes.de/pdffiles/bueros/c3-comunicacion/07327.pdf/> Recuperado el  
20/10/2015.
- PATEMAN, C. (1995). El contrato sexual. Barcelona, España, Anthropos.
- PERELMAN, C. (1997). El imperio retórico. Retórica y argumentación. Colombia:  
Editorial Norma.
- PORTUGAL, A, M. Revista FEM, n° 121, México, 1993
- PORTUGAL, ANA M., TORRES, C. (1996) Por todos los medios. Comunicación y  
Género. Santiago de Chile: Ediciones de las Mujeres.
- ROJAS OSORIO, C. (2016). M. Foucault: el discurso del poder y el poder del  
discurso. *Universitas Philosophica*, 2(3). Recuperado a partir de  
<https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/vniphilosophica/article/view/16912>

- SAUTU, R. (comp.) *Práctica de la investigación cuantitativa y cualitativa. Articulación entre la teoría, los métodos y las técnicas*, Buenos Aires, Ediciones Lumiere, 2007. Págs. 423.
- SCOTT, J. W. (1986). *El género: una categoría útil para el análisis histórico. Historical review*, N. 91, pp. 1053-1075
- SCOTT, J. (2008). *Género e historia*. Ciudad de México: Universidad Autónoma de la Ciudad de México.
- SCOTT, J. W. (1992). *Igualdad Vs. Diferencia: los usos de la teoría posestructuralista. Revista Debate Feminista*, vol. 5, págs. 87 – 107.
- SCOTT, J. W. “La Experiencia como prueba”, en: Carbonell, Neus y Torras, Meri (comps.) *Feminismos literarios*, (Madrid: Arco libros, 1999)
- VALERIA FERNÁNDEZ HASAN (2016) *La trama de la Comunicación - Volumen 20 Número 2 - julio a diciembre de 2016 / p. 127-143 / ISSN 1668-5628 - ISSN digital 2314-2634. El ingreso de la agenda feminista a la agenda de los medios -*
- TAMOUS, S. (2019). *A los puñetes. Cazadoras. Vol. 1. pp. 5.*
- TARDUCCI, M Y RIFKING, D. (2010) Capítulo: “Fragmentos de historia del feminismo en Argentina” En: Chaher, S. y Santoro, S. *Las palabras tienen sexo II. Introducción a un periodismo con perspectiva de género*. Buenos Aires: Artemisa, 2010.
- TESSA, S. (2019). *La Cazadora: la flecha que dio en el blanco*. Rosario, Argentina. El Ciudadano. Recuperado de <https://www.elciudadanoweb.com/la-cazadora-la-flecha-que-dio-en-el-blanco/>
- TESSA, S., BUCHARA, A., AGUZZI, J., RAMÍREZ, M. (2019) *Cazadoras. 20 años de construcción de periodismo feminista* (n.º1 ed.) Rosario: La Cigarra Limitada.
- VERÓN, E. (1984) “Cuando leer es hacer: la enunciación en el discurso de la prensa gráfica.” Gedisa, Barcelona. *Sémiotique II*. París
- VERÓN, E. (1985) El análisis del “Contrato de Lectura”, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media, en “*Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications*”, IREP, París.
- VERÓN, E. (1993). “La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad”. Barcelona.
- VERÓN, E; SIGAL, S (2003) *Perón o Muerte*, Buenos Aires, Eudeba: Gedisa.
- VERÓN, E. (2004). “Fragmentos de un tejido”. Barcelona: Gedisa.

