

Sandra Chaher - Claudia Florentín - Marcela Gabioud

Grupos Antiderechos

La disputa por el sentido
en los medios de comunicación
y las redes sociales de Argentina

COMUNICACION
PARA LA IGUALDAD



WACC
comunicación para todas y todos

#ConMisHijosNoTeMetas

Grupos Antiderechos. La disputa por el sentido en los medios de comunicación y redes sociales de Argentina.

Primera edición.

ISBN: 978-987-45579-7-1

Chaher, Sandra

Grupos antiderechos : la disputa por el sentido en los medios de comunicación y las redes sociales de Argentina / Sandra Chaher ; Claudia Florentín ; Marcela Gabioud. - 1a ed.

- Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Comunicación para la Igualdad Ediciones, 2020.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-45579-7-1

1. Estudios de Género. 2. Comunicación. 3. Redes Sociales. I. Florentín, Claudia II.

Gabioud, Marcela III. Título

CDD 306

Coordinación:

Sandra Chaher

Investigación:

Sandra Chaher

Claudia Florentín

Marcela Gabioud

Diseño:

Verónica Bidinost

Esta investigación se realizó gracias al generoso apoyo de la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC).



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
--------------------	---

APROXIMACIONES AL TEMA	5
------------------------------	---

¿QUÉ SON LOS FUNDAMENTALISMOS?	5
--------------------------------------	---

¿POR QUÉ COBRAN TANTA FUERZA HOY?	6
---	---

GÉNERO: LA ENCARNACIÓN DEL MAL	8
--------------------------------------	---

DECISIONES METODOLÓGICAS	11
--------------------------------	----

MEDIOS TRADICIONALES	13
----------------------------	----

REDES SOCIALES	14
----------------------	----

ANÁLISIS	16
----------------	----

MEDIOS TRADICIONALES	16
----------------------------	----

HASHTAGS	25
----------------	----

CUENTAS DE TWITTER	34
--------------------------	----

CONCLUSIONES	41
--------------------	----

MEDIOS TRADICIONALES	42
----------------------------	----

CUENTAS DE TWITTER	44
--------------------------	----

HASHTAGS	47
----------------	----

BIBLIOGRAFÍA	50
--------------------	----

AUTORAS	51
---------------	----



INTRODUCCIÓN

La presente investigación surge de la preocupación ante el avance de los grupos antiderechos en Argentina a partir del debate por la despenalización y legalización del aborto que se dio en el Parlamento de nuestro país durante el año 2018.

Hasta entonces, estos sectores tenían expresiones marginales en Argentina y se manifestaban principalmente a través de partidos políticos ya existentes. Con posterioridad a este debate, lanzaron la campaña “Con Mis Hijos No te Metas”, ya presente en otros países, y se lanzaron a la arena política abiertamente: para las elecciones de octubre del 2019 tenían expresión propia en el Frente NOS, una de las 6 alianzas que disputó la primera vuelta electoral.

Este avance de la agenda conservadora antiderechos se manifiesta en ámbitos sociales y políticos y también en medios de comunicación tradicionales y redes sociales. Nuestra investigación buscó relevar tanto la forma en que los medios tradicionales (diarios y revistas en este caso) dan cobertura a los temas vinculados a estos sectores antiderechos, como la manera en que los mismos se expresan en redes sociales y cómo interactúan con cuentas feministas.

Deseamos que los resultados de la investigación sean un insumo para que el feminismo argentino disponga de herramientas con el objetivo de generar estrategias y debatir con los mejores argumentos en la arena pública con estos sectores que están impugnando, e intentando hacer retroceder, la agenda de derechos humanos y de género.

Buenos Aires, diciembre 2019

APROXIMACIONES AL TEMA

¿QUÉ SON LOS FUNDAMENTALISMOS?

Consideramos el término “fundamentalismo” desde su interpretación en el campo de lo religioso, conscientes de que existen fundamentalismos en diversas áreas y que, como estamos viendo recientemente en América Latina, entrecruzan sus intereses para lograr fines que les son comunes.

Tomaremos en este sentido la definición de la biblista feminista argentina María de los Ángeles Roberto: “En primer lugar, definiré el término ‘fundamentalismo’ como la corriente religiosa que sostiene una interpretación literal de sus textos sagrados y aplica una doctrina o una práctica establecida por su tradición de manera estricta. Considera a ese libro sagrado como la autoridad máxima, superior a cualquier otra autoridad, incluso a las leyes de las sociedades democráticas. Las religiones del libro son tres: el judaísmo, basado en la Torah; el cristianismo, en la Biblia; y el Islam, en el Corán. Las tres son religiones monoteístas que tienen corrientes ultra conservadoras dentro de sus filas...”¹.

Circunscribiéndonos al campo protestante evangélico, que es el que más ha crecido en la región, encontramos el origen de su fundamentalismo entre los años 1910 y 1915 en los Estados Unidos. En esa época, Lyman Stewart, un petrolero millonario del sur de California, publicó 12 volúmenes titulados Los fundamentos (The Fundamentals). “Es una recopilación de ensayos de teólogos que estaban en contra de las ideas modernistas de la época sobre las lecturas críticas de la Biblia. La fe evangélica, la infalibilidad y la inerrancia de la Biblia eran los modelos morales, sociales, colectivos e individuales a seguir propuestos en esta colección de ensayos. El pensamiento de las colectividades sociales religiosas inspiradas por autores como Stewart considera a Estados Unidos como una nación bendecida por Dios y no vacila en fundar el crecimiento económico del país en la adhesión literal a la Biblia. Desde principios del siglo XX a la actualidad se ha acrecentado este fundamentalismo con la estigmatización de enemigos a los que se demoniza” (Roberto).

Décadas atrás, no era bien visto en estos sectores evangélicos participar en política porque se partía de la base de un concepto teológico que separa los espacios “mundanos y espirituales” (para decirlo en lenguaje cotidiano). En este tiempo, vemos justamente el proceso contrario: un acercamiento, búsqueda y acciones puntuales y organizadas (hasta violentas como en Brasil y Bolivia) para llegar al poder e imponer la versión del

¹ Material inédito sin publicar cedido por la autora.



Dios judeocristiano que más les resulta conveniente a sus propósitos². Cualquier intento por poner freno a este avance, o el cuestionamiento de estos procesos, es denunciado por esos sectores como atentados a la libertad religiosa. Y la libertad de creer o de no creer es parte irrenunciable de un estado de derecho; de ahí las dificultades para avanzar en diálogos con grupos que se erigen como defensores de su libertad de creencias pero que buscan intervenir luego en otros temas de políticas públicas que también hacen a la libertad individual, como la interrupción de la gestación, por ejemplo.

Estos sectores se unen a la Iglesia Católica (IC), institución de poder histórica en Argentina, pero que suele mantenerse más con estrategias silenciosas de influencia, usando la base de siglos que permea a nuestra sociedad; hay un uso mutuo para beneficio de una lucha que les es común. “Hacen alianzas con los que les conviene, aunque en teoría, se presenten como enfrentados. Es lo que Spadaro llama el ‘ecumenismo del odio’ y que se ve tan reflejado en las marchas contra el matrimonio igualitario o el aborto, donde la iglesia católica hace el lobby y los evangélicos llenan la calle porque tienen más prácticas de calle como en las ‘Marchas para Jesús’ o ‘Argentina Oramos por vos’” (Roberto).

Es necesario mencionar la diversidad del campo evangélico en Argentina, para que no caigamos en el error de catalogar a todo grupo de esa denominación como “fundamentalista” o con en el típico término “evangelista”, como si fuera un colectivo sin diferencias³.

¿POR QUÉ COBRAN TANTA FUERZA HOY?

Estamos asistiendo con pasmo y dolor a capítulos de la historia política en la región que suponíamos superados, acompañados ahora por el protagonismo de actores religiosos que ingresan al campo sociopolítico, Biblia en mano, esgrimiendo a Dios como si fuera una lanza, y sus creencias como banderas que se plantan sobre derechos civiles para cuestionarlos — en el mejor de los casos — o anularlos.

2. Cuando Luis Fernando Camacho Vaca, líder de la oposición política al ex presidente de Bolivia Evo Morales, entró al palacio de gobierno luego de la destitución del ex presidente, lo hizo publicando en la red social Facebook: “Dios volvió al palacio y 15 minutos después empezaron las renunciaciones de todos los delincuentes de este país! ¡A quienes no creyeron en esta lucha, les digo que Dios existe y ahora va a gobernar Bolivia para todos los bolivianos!”. (Expansion “La Biblia vuelve al palacio”: la religión se cuele en la disputa de Bolivia”, 15/11/2019, más información: <https://expansion.mx/mundo/2019/11/15/la-biblia-vuelve-a-palacio-la-religion-se-cuele-en-la-disputa-en-bolivia>, acceso 20 de noviembre 2019).

3. Tomamos la categorización del sociólogo Hilario Wynarczyk, que divide en dos polos el mundo evangélico: “polo histórico liberacionista” (iglesias históricas protestantes) y “polo conservador bíblico”, que son mayoría y es donde podemos identificar estos movimientos fundamentalistas con más claridad. Dentro de éste se distinguen: los evangélicos, llegados a finales del siglo XIX en misión y que hoy representan aprox un 40% del campo evangélico (ACIERA es su mayor conglomerado); y los pentecostales, descendientes del movimiento religioso de comienzos del siglo XX en EEUU, aribados de mano de grupos étnicos y asalariados subalternos y que en el país fueron irradiaciones misioneras (no confundir con el neo pentecostalismo brasilero). Son hoy un 60% del mundo evangélico, mayormente nucleados en la Federación Confraternidad Evangélica Pentecostal (FCEP) (Wynarczyk).



“Aquí, una vez más, el retorno de los fundamentalismos religiosos nos pone frente a un riesgo de proporciones inmensas. ¿Por qué? En primer lugar, porque habiendo la Modernidad desplazado a la religión al espacio privado, hoy el achicamiento del espacio público y el ensanchamiento del espacio privado pueden dar nuevamente a las religiones el papel del ordenamiento y la cohesión social. En segundo lugar, porque la historia ya mostró los efectos de ese ordenamiento y cohesión promovidos por la religión” (Chauí, 2003: 123).

El fundamentalismo religioso opera así “como una especie de retorno de lo reprimido, una repetición de lo censurado por la cultura, porque ésta, no habiendo sabido lidiar con él, no hizo más que preparar su repetición” (Chauí, 2003: 120).

Los fundamentalismos, por esto mismo, han aparecido en diversas etapas de la historia de la humanidad al generarse crisis identitarias por la “pérdida” de valores percibidos como inmutables o de orden natural por buena parte de una sociedad.

Desde fines del siglo XX, y en el presente, se dan características especiales de los fundamentalismos religiosos por una serie de factores que prepararon su nuevo aterrizaje: “(...) Además del vacío que provino de la relativización de la ‘verdad científica’ y del desprestigio de las ideologías totalitarias, hay otros dos elementos que explican el hecho de que las sociedades actuales busquen el retorno a sus fundamentos religiosos y culturales: por un lado, la tendencia globalizadora de la economía mundial, con los fenómenos aparejados de transnacionalización de la cultura, pérdida relativa de la identidad y la autonomía política de los Estados. Por el otro, la crisis económica mundial que, con altibajos, se arrastra desde los años setenta y que ha acabado por minar al Welfare State, al Estado democrático benefactor paternalista de la segunda posguerra, tanto en los países ricos como en los pobres” (Zahar: 248).

Este vacío existencial, el “relativismo” del que habla seguido el Papa Francisco, refiere a que un orden que se concebía “natural”, ha sido trastocado y eso convulsiona la vida humana confrontando a quienes se percibían como dueños de verdades reveladas por la divinidad con preceptos y dogmas inmutables, con una realidad laica, secular, profana, “pagana” (como les gusta decir a varios pastores), mutando en incorporación de nuevas subjetividades, identidades, etc. “Porque se imaginan en relación inmediata con lo absoluto, portadoras de la verdad eterna y universal, estas religiones excluyen el trabajo del conflicto y la diferencia y producen la figura del otro como demonio y hereje, es decir, como lo Falso y el Mal” (Chauí, 2003: 123).

Así encontramos a la religión como instrumento utilizado para la legitimación social de liderazgos que se constituyen en una suerte de posiciones heroicas del bien contra el mal, polarizando sociedades en nombre de un dios homogeneizador.

Claro que el fundamentalismo religioso no camina en esta lucha solo. Va entrelazando con el mundo político y sus estrategias de poder.

En procesos que recién comienzan en la región, como el caso de Brasil, estas alianzas político-religiosas, “una vez en el poder y para mantenerse en él, los teólogos y clérigos harán de la religión politizada una ideología opresora, hasta con tendencias totalitarias” (Zahar, 13).

GÉNERO: LA ENCARNACIÓN DEL MAL

En una reunión con obispos polacos previo al Día Mundial de la Juventud en julio de 2016, el Papa Francisco lamentó el predominio en el mundo contemporáneo de lo que llama “colonización ideológica”. Como parte de su respuesta a una pregunta de un obispo polaco en relación a la situación de las/os refugiadas/os, el Pontífice Romano dijo: “En Europa, Estados Unidos, Latinoamérica, África y en algunos países de Asia están teniendo lugar verdaderas formas de colonización ideológica. Y una de éstas, la llamaré claramente por su nombre, es la ‘ideología de género’. Hoy en día, a los niños (¡a los niños!) se les enseña en la escuela que todos pueden elegir su sexo. ¿Por qué están enseñando esto? Porque los libros son provistos por las personas e instituciones que dan dinero. Estas formas de colonización ideológica son apoyadas también por países influyentes. ¡Y esto es terrible!” (Bracke y Paternotte: 8).

La utilización del término “ideología” se relaciona con la idea de estos sectores de que los estudios de género parten de falsedades “que pretenden imponer una manera de vivir sobre el resto de la sociedad... Desde una mirada política, uno de los principales argumentos esbozados de los adversarios de ‘la ideología de género’ en los últimos años, sería el de una especie de ‘conspiración homosexual’ para imponer tal pensamiento sobre la sociedad. De este modo, el término pretende sembrar el miedo por medio de la desinformación, prejuicios y fake news sobre el contenido de lo que significa género. Además, estigmatiza la lucha de muchos grupos de derechos humanos en términos de igualdad, reconocimiento e inclusión” (GEMRIP, 2019).

Si bien es difícil rastrear los orígenes exactos del término “ideología de género”, diversas investigaciones lo ubican en las críticas a la perspectiva de género y a los derechos sexuales y reproductivos manifestadas por la Iglesia Católica durante los encuentros internacionales organizados por Naciones Unidas en la década del ‘90: en particular la Conferencia Internacional sobre Población y Desarrollo de El Cairo (1994) y la Conferencia Internacional de la Mujer de Beijing (1995) (González Velez y Castro, 2018: 18). Desde entonces la reacción del Vaticano contra el género tuvo una doble estrategia: por un lado elaboró “una nueva definición de género buscando renaturalizar el concepto. Se considera que el género es aceptable cuando se lo define ‘basado en la identidad sexual biológica, hombre o mujer’ (Delegación de la Santa Sede 1995; PCF 2005). Por el otro lado, el Vaticano ha desarrollado un nuevo recurso retórico para oponerse al género cuando se lo usa como categoría analítica desnaturalizante y, de modo más amplio, para deslegitimar los análisis y declaraciones que afirman la inmanencia del orden sexual” (Garbagnoli: 59).

Según el cardenal Robert Sarah, Prefecto de la Congregación para el Culto Divino y la Disciplina de los Sacramentos: “Un discernimiento teológico nos permite ver que en nuestro tiempo hay dos amenazas inesperadas (casi como dos bestias del apocalipsis) ubicadas en polos opuestos: de un lado, la idolatría a la libertad occidental; del otro, el fundamentalismo islámico: el secularismo ateo versus el fanatismo religioso. Para usar un eslogan, nos encontramos



entre la ideología de género e ISIS (...) De estas dos posiciones radicalizadas surgen las dos mayores amenazas para la familia: su desintegración subjetivista en el Occidente secularizado a través del divorcio fácil y rápido, el aborto, las uniones homosexuales, la eutanasia, etc...” (Bracke y Paternotte: 14).

La lucha contra la perspectiva de género también se sustenta en un lenguaje político que busca romper con lo que sería políticamente correcto (caso Bolsonaro) diciendo sus verdades sin filtro y rompiendo así con ese sistema de pensamiento único que supuestamente se quiere imponer como ideología.

Esta es la línea argumentativa que encontramos en Agustín Laje —influencer de la derecha en Argentina y co-autor de El libro negro de la nueva izquierda—, pero que no es invento de él, sino que se nutre de lo antes expuesto sobre la lucha de los fundamentalismos religiosos cristianos contra una supuesta pérdida de valores y contra la ruptura de un orden natural de las cosas que se estaría subvirtiendo.

Como vemos en Argentina —y se reafirma en este monitoreo— la Iglesia Católica ve desdibujado su papel público en diversos espacios frente al avance cada vez mayor de sectores evangélicos. Según un informe de investigación del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) de Argentina sobre creencias en el país: el catolicismo disminuye, aunque conserva una mayoría atenuada (62.9%); personas que no manifiestan adscripción a ninguna religión: 18.9%; y evangélicas: 15.3% y en crecimiento. A la vez: a medida que aumenta el nivel educativo es mayor la proporción de personas sin religión; y las y los evangélicos predominan en los niveles educativos más bajos (Mallimacci et al, 2019: 7).

Gran parte de ese 15,3% evangélico unió su discurso al del Vaticano en temas de bioética (aborto) y educación sexual, con una impronta militante pocas veces vista. No obstante que esta alianza tácita que vino para quedarse, la investigación da cuenta de que la mitad de la población considera que el aborto debe estar permitido en algunas circunstancias: “Sólo 2 de cada 10 afirman que el aborto debe estar prohibido siempre. 6 de cada 10 evangélicos y 8 de cada 10 católicos no están de acuerdo en prohibir siempre el aborto. Dentro de quienes afirman que el aborto debe estar prohibido siempre, se desatan los evangélicos con un 41.9%” (43 y 44).

El mismo informe revela que en un contexto general de incredulidad, las universidades se erigen como las instituciones que generan mayor confianza. La Iglesia Católica, las Fuerzas Armadas y el Papa Francisco le siguen en el ranking de confianza (61). Por lo que no es de menospreciar la influencia que aún siguen teniendo la religión y el Vaticano en el país.

María Teresa Bosio, presidenta de Católicas por el Derecho a Decidir Argentina, abrió el Seminario Internacional “Religión, Sexualidad y Aborto- La autonomía de las mujeres en debate” realizado en el marco del debate por el aborto legal en Argentina en mayo de 2018, diciendo: “Esos conservadurismos religiosos nos imponen una agenda cultural y social que disputa con los avances del feminismo. Ellos nos quieren imponer un modelo que no estamos dejando que



avance, pero aun así sus estrategias son peligrosas, ya que se entrometen en las estructuras del Estado como agentes activos para obturar nuestros derechos, por ejemplo en la objeción de conciencia, los amparos, los litigios que ellos presentan para suspender y obstaculizar, son estrategias que nos impiden acceder a nuestros derechos que sí están en nuestro marco normativo y que son parte de políticas públicas concretas, como es el caso del aborto legal en la Argentina. Esta disputa simbólica, cultural y material es parte de nuestra agenda y militancia política y la damos cada día en cada uno de los espacios donde queremos avanzar (...)”⁴.

4 Católicas por el Derecho a Decidir Argentina “Marilú Rojas Salazar: ‘Se cree que Dios es hombre, es padre y es todo poderoso’”: <http://catolicas.org.ar/darle-permiso-al-estado-darle-permiso-al-vaticano-darle-permiso-la-iglesia-legislen-cuerpos-volverles-regresar-poder-patriarcal-la-institucion/>, acceso 20 de noviembre 2019.



DECISIONES METODOLÓGICAS

La presente investigación buscó generar información diagnóstica sobre las estrategias de comunicación de los sectores antiderechos (fundamentalistas) de Argentina. Para ello seleccionamos distintos formatos digitales que nos dieran insumos y métricas posibles de ser comparadas.

A partir del debate por la despenalización y legalización del aborto en nuestro país durante el año 2018, estos sectores comenzaron a visibilizarse y ocupar espacios sociales y políticos, particularmente después de la derrota del proyecto de legalización en el Parlamento en agosto⁵. Si bien el argumento inicial de la avanzada de estos grupos fue sólo la necesidad de continuar con el estatus de penalización y criminalización del aborto existente en el Código Penal Argentino —sin avanzar sobre el marco normativo vigente en temas de derechos sexuales y reproductivos—, en la actualidad las campañas se han extendido argumentativamente al cuestionamiento de leyes aprobadas los últimos años en Argentina, como la Ley de Educación Sexual Integral, la Ley de Salud Sexual y Procreación Responsable y la Ley de Identidad de Género, entre otras.

Buscamos analizar qué tipo de presencia están teniendo estos sectores tanto en medios tradicionales como en redes sociales para poder diseñar líneas de comunicación que permitan hacerles frente desde una perspectiva de derechos; y visibilizar quiénes son estos grupos y por qué sus mensajes son lesivos desde una perspectiva de derechos humanos.

El objetivo a largo plazo es colaborar en la construcción de una sociedad igualitaria en todo sentido, y particularmente en lo referido a género; desarticulando los discursos restrictivos en términos de derechos humanos, derechos de las mujeres y de colectivos de la diversidad.

La fecha seleccionada para realizar la muestra en redes sociales fue el 28 de mayo —Día Internacional de Acción por la Salud de las Mujeres—. El mismo día fue elegido para la nueva presentación de un Proyecto de Interrupción Voluntaria del Embarazo con modificaciones respecto al que se tramitó en el Parlamento en el 2018⁶.

Fueron realizados dos monitoreos:

Medios tradicionales: Se analizaron las ediciones electrónicas (sitios web) de dos diarios nacionales (*La Nación* y *Clarín*) y de una revista de alcance nacional (*Noticias*). A través del motor de

5 Perfil “Se acabó el debate: el Senado rechazó el aborto legal” <https://www.perfil.com/noticias/sociedad/senado-despenalizacion-aborto.phtml>, acceso 2 de diciembre 2019.

6 Católicas por el Derecho a Decidir “Proyecto de Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo”: <http://www.abortolegal.com.ar/proyecto-de-ley-presentado-por-la-campana/>, acceso 2 de diciembre 2019.



búsqueda se seleccionaron artículos que aparecieran bajo las palabras “ideología de género”, “aborto” y “Con Mis Hijos No te Metas”. Se tomaron las noticias que aparecieron en el período que va de marzo a mayo del 2019, salvo la revista *Noticias* que al ser semanal el período inició en diciembre de 2018. Fueron analizados 10 artículos por cada medio, 30 artículos en total.

La elección del término “ideología de género” tuvo que ver con que ésta es la forma en que los medios hablan de los sectores antiderechos. Al impugnar estos sectores la categoría de género con el término “ideología de género”, así es como los medios de comunicación los identifican, aunque ellos prefieran referirse a si mismos como organizaciones que “promueven los derechos humanos”.

“Aborto” porque refiere al que quizá sea el tema principal de disputa de estos sectores: el acceso de mujeres y personas gestantes al derecho al aborto legal, seguro y gratuito.

“Con Mis Hijos No Te Metas” es el nombre de una campaña que vienen impulsando estos sectores en diferentes países de América Latina cuestionando el acceso a la educación sexual en las escuelas.

Redes sociales: Se analizaron en la red social Twitter los posteos publicados bajo los hashtags #NoSeráLey, #Aborto y #RelatoVerde, 20 posteos por cada hashtag; y las cuentas @AmelieGranata, @AgustinLaje y @FrenteJovenAR, 20 posteos también en cada caso.

La decisión de los hashtags a analizar se basó en la fecha elegida para realizar el monitoreo. Al presentarse nuevamente un proyecto de ley para despenalizar y legalizar el aborto era claro que quienes estuvieran en contra se manifestarían con un # relacionado. Encontramos que #aborto fue utilizado tanto por quienes promovían la continuidad de la penalización como por quienes promovían la legalización, aunque estas últimas personas fueron mayoría; #RelatoVerde fue en su totalidad usado por los sectores que no apoyaban la legalización y despenalización del aborto; y #NoSeráLey si bien fue utilizado mayormente por quienes promovían la continuidad del estatus quo legal, también fue usado en un porcentaje pequeño por quienes apoyaban la legalización. Esto nos permitía analizar de qué forma construyen sus argumentaciones y los mecanismos utilizados para tal fin.

Para la selección de los # se hizo un recorte al azar, sin tener en cuenta quién posteaba sino una cantidad de 20 posteos por cada hashtag, por lo que fue aleatoria la selección.

En el caso de las cuentas, la elección estuvo basada en diferentes factores: la cantidad de seguidores/as y la popularidad en el caso de Amalia Granata, por lo cual supusimos que la llegada de sus TW sería mucho mayor. La electa diputada por la provincia de Santa Fe desde el 10 de diciembre de 2019 cuenta con más de 2 millones de seguidores/as.

En el caso del Frente Joven, nos interesaba que fuera una cuenta institucional, y detectamos que tenía mucho movimiento y era bastante retuiteada.

Y en el caso de Agustín Laje —quién se hiciera conocido por la publicación del libro *El libro negro de la Nueva Izquierda— Ideología de Género o Subversión cultural*, junto a Nicolás Márquez—

tiene menos cantidad de seguidores/as pero una gran generación de tuits (23.000 al momento de tomar la imagen) y su relación con las respuestas y retuits es más activa que la cuenta de la futura diputada.



En los análisis tuvimos en cuenta el género de quién posteaba y en las notas de los medios tradicionales también el género de las personas firmantes.



MEDIOS TRADICIONALES

En cuanto a la construcción de las notas analizamos si se trataba de una noticia, nota de fondo, entrevista, opinión/análisis u otro tipo de artículo, tanto como la presencia o no de imágenes que acompañaban la nota.

En cada artículo evaluamos la política del medio frente el tema según la cantidad de párrafos dedicados a cada categoría definida para la siguiente clasificación:

- Ni apoyo a fundamentalistas ni promoción de derechos humanos: cuando se trataba de la misma cantidad de párrafos para todos los sectores, por lo que entendíamos que no tomaba partido por ninguno.
- En defensa de la agenda de derechos humanos: a partir del cuestionamiento a los sectores fundamentalistas o la valorización de los temas de la agenda de los derechos de las mujeres específicamente.
- A favor de los argumentos fundamentalistas: afirmación sin cuestionamiento de los sectores fundamentalistas.

Las fuentes que se utilizaron para darle voz a las notas también fueron evaluadas en función de quién hablaba y del espacio dedicado para cada una. Desde su género hasta si su



posición frente a lo que exponía directa (con cita entrecomillada o entrevista) o indirectamente era a favor de los derechos de las mujeres o en contra.

De esas personas que eran fuentes de las noticias o aparecían nombradas, analizamos el rol que tenían en el artículo para conocer si se trataba de protagonistas de las noticias, voceros/as de organizaciones o instituciones, si representaban a un sector como expertos/as o eran entrevistadas desde la experiencia personal o como opinión popular. Estas dos últimas categorías suelen ser más citadas en manifestaciones donde no se las elige por su conocimiento sino por estar presentes en un lugar o situación.

REDES SOCIALES

Para las cuentas y los hashtags analizamos qué tipo de posteo era:

- Si se trataba de una agresión incluyendo insultos directos o indirectos, menosprecio, descalificación de alguna persona.
- Si era informativo dando cuenta de una situación describiéndola.
- Si era una opinión sin calificación.
- Si refería a la difusión de evento u otro tipo.

En todos los casos analizamos la representación de las imágenes. El eje estuvo puesto en si sostenían estereotipos de género tradicionales y sexistas, dando cuenta de la maternidad forzada, la mujer relacionada a los quehaceres domésticos o referenciando roles establecidos con una mirada patriarcal. En sentido opuesto, también observamos si las imágenes aportaban una mirada de igualdad de género bien fuera cuestionando los roles tradicionales o mostrando a las mujeres como protagonistas de sus luchas y conquistas.

La posición frente a la igualdad también fue una de las variables elegidas para analizar: si manifestaban estar a favor o en contra de la misma y cuáles eran los argumentos esgrimidos.

Un punto importante de la investigación fue la identificación de la construcción del discurso y su veracidad en la enunciación. Para ello elegimos utilizar las categorías desarrolladas por Cortés e Isaza. Allí se identifican:

1. Noticias falsas

“Se trata de contenidos deliberadamente falsos que se publican en sitios web cuya apariencia intenta ser formal y auténtica. A veces el diseño del sitio y su URL suplantando un portal de noticias reconocido. El propósito claro es engañar al usuario/a. Generalmente estos contenidos se mueven en redes sociales a través de las cuentas propias de esos portales, ya sea de manera orgánica –mediante likes, retweets y compartidos de los usuarios– o con acciones promocionadas, es decir, pagando para que estos contenidos sean publicitados por las plata-



formas”.

2. Propaganda

“Entre otras manifestaciones, la propaganda puede abarcar información falsa o información cierta presentada con un enfoque engañoso. Por ejemplo, se presentan unos hechos pero se omiten otros; se saca la información de contexto; se manipula el contenido; se presentan teorías u opiniones como hechos; se le da credibilidad a información altamente discutible; se niega información cierta con el objetivo de crear confusión, o se proclama una verdad única en oposición al ‘otro’ –la estrategia de los movimientos nacionalistas”.

“La propaganda hace parte de la política y las comunicaciones al menos desde comienzos del siglo pasado. No es, por lo tanto, un fenómeno digital. Sin embargo, el alcance de estos contenidos en el entorno en línea sí reviste especial importancia: a través de la herramienta de anuncios –especialmente en Facebook– la propaganda se ajusta a comunidades y grupos específicos a partir de gustos, inclinaciones políticas y círculos de amistad”.

3. Teorías conspirativas

“Las teorías conspirativas buscan explicar un suceso particular como el resultado de un plan cuidadosamente coordinada por un individuo o un grupo. Las motivaciones son generalmente secretas y maliciosas, y las acciones se ejecutan en detrimento del interés general. Estas teorías pululan en canales de videos y páginas de Internet, y se presentan muchas veces como noticias a pesar de su escaso fundamento fáctico”.

4. Información falsa, rumores, cadenas, memes

“Una categoría más amplia de desinformación, que recoge distintas formas de noticias falsas, propaganda y teorías conspirativas, son los contenidos mezclados y difundidos a través de servicios de mensajería instantánea, principalmente Whatsapp. En ese entorno la información se rota de mano en mano a manera de imagen, video o memes, sin autor identificado”.

Por último, dimos cuenta de la cantidad de likes y retwits de cada posteo y quiénes se manifestaban a favor o en contra de lo que la cuenta publicaba respondiendo a las mismas.

ANÁLISIS

MEDIOS TRADICIONALES

Diario Clarín

Diario La Nación

Revista Noticias

Género del/la Periodista

En los medios gráficos seleccionados se registra un 40% de mujeres firmando las notas y un 36% de varones, aunque se distinguen diferencias entre cada uno, y hay un número importante de notas sin firmas: 24 %.

Si contabilizamos las notas firmadas:

La Nación tiene: 40% mujeres firmantes y 30% de varones; y el 30% de los artículos están sin firma.

En *Noticias*: el 54% son mujeres, el 34% varones y el 12% no tiene firma.

Clarín: 10% mujeres, 40% varones, y 50% de notas sin firma. Es notorio en este medio el mayor porcentaje de varones que firman las notas en detrimento de las mujeres. Vemos que un 50% de las notas están sin firma y podemos preguntarnos: ¿las mujeres están invisibilizadas en ellas?

Género Periodístico

La mayoría de las notas fueron noticias, un 63%; contra un 20 % de análisis, 10% opinión; y 1 nota de fondo y 1 entrevista, siendo el 3.5% cada una.

Temas abordados y secciones de los medios en los que fueron trabajados

Los tres medios monitoreados incluyen un 55% de notas sobre aborto, un 30% sobre “ideología de género” y apenas un 15% vinculados a la campaña “Con mis Hijos No Te metas”. Las temáticas son colocadas en un 58% en la sección de Sociedad, apenas un 20% en la sección Política y un 18% en Mundo/Internacionales.

La mayoría de las notas están colocadas en la sección Sociedad y no en Política, lo que permite ver que los medios tradicionales monitoreados no vinculan estas temáticas al campo de lo político electoral aún en el país, cosa que sí logramos ver ya posicionado en otros países de la región.

Iniciada la campaña electoral para las elecciones 2019, el tema aborto pasó a ser clave en la agenda política pero son datos posteriores al monitoreo realizado.

Imágenes

En las notas monitoreadas encontramos 51 imágenes en total: un 25% corresponden a conceptos vinculados a la igualdad de género, un 27% a estereotipos sexistas y un 48% son imágenes de las personas entrevistadas o sujetas de la noticia.

En esta última categoría encontramos varones y mujeres según corresponda, con preponderancia de imágenes del Papa católico quien es mencionado en varias notas, sobre todo en el diario *La Nación*.

En la sección Mundo encontramos dos imágenes que critican a los movimientos conservadores desde una posición que tampoco es favorable a la igualdad de género: una es una caricatura de Bolsonaro satirizándolo como un dictador de un país “bananero” (sic) la otra es una foto de Trump caminando, no es significativa visualmente pero el epígrafe lo define como “promotor del regreso al ‘orden establecido’”.

Las imágenes que suponen igualdad reproducen fotos activistas por la legalización del aborto con mayoría de pañuelos verdes, así como de los “pañuelazos”, acción que instaló el movimiento feminista a favor de la legalización del aborto. La elección de imágenes de las actrices que aparecen como sujetas de noticias apoyando derechos no responden a estereotipos de género sino a las luchas que ellas representan.

Las imágenes que referencian a estereotipos sexistas están fundamentalmente vinculadas al aborto: pañuelos celestes, fetos, marchas y referentes políticos de la Iglesia Católica o del mundo evangélico conservador. El Papa Francisco, como ya dijimos, es repetidamente mostrado.

En la sección Mundo, encontramos algunas imágenes mostrando marchas en contra de la legalización del aborto en la región, una lucha que comprende a todos los países con diferentes realidades legales pero la mayoría —con excepción de Uruguay, Cuba, Puerto Rico, DF y Oaxaca en México, Guayana y Guyana francesa— con aborto penalizado o prohibido. También aparece nuevamente el presidente de Brasil, Jair Bolsonaro, un referente indiscutido en este tiempo de sectores antiderechos; las imágenes son de él mismo, de marchas en Brasil y de personas afines a sus ideas que ya están en Argentina, cerca de referentes como Agustín Laje y Nicolás Marquez, quienes también aparecen en imágenes.

Temas Abordados

Como ya dijimos, los tres medios monitoreados incluyen un 55% de notas sobre aborto, un 30% sobre “ideología de género” y apenas un 15 % sobre la Campaña “Con mis Hijos no Te metas”.

Claramente en nuestro país se está desarrollando la campaña que encontró en Perú terreno fértil en el mundo evangélico conservador; aunque aún no ha encontrado en los medios tradicionales una plataforma de expansión. A pesar del debate en 2018 sobre la educación



sexual integral (ESI), tema que continúa en agenda, lo cierto es que la ESI ya es una realidad en el país por ley ⁷, mientras que el aborto constituye una decisión política pendiente. Mientras que el concepto de “ideología de género” va ganando terreno de la mano de personajes como Agustín Laje y por supuesto el sector eclesiástico católico tradicional.

Consideramos que la Campaña “Con Mis Hijos No Te Metas” no ha alcanzado (aún) fuerza porque los sectores evangélicos argentinos nucleados en la Alianza Cristiana de las Iglesias Evangélicas de la República Argentina (ACIERA) —con fuerte presencia y creciente en espacios como la OEA⁸ a través de la Alianza Evangélica Latina— están preocupados mayormente por el tema de aborto y “salvemos las dos vidas”. La llegada de referentes de la campaña peruana al país ha sido más que nada a través de iniciativas particulares.

En el diario *La Nación* una sola nota menciona la “ideología de género” como tema de agenda de los partidos políticos conservadores pero no lo desarrolla y en los demás medios tampoco hay un despliegue conceptual ni informativo sobre el término surgido en el seno del Vaticano.

Aparecen varias notas sobre las políticas de gobiernos neo conservadores cuyas agendas son claramente antiderechos de las mujeres y, entre ellos, gobiernos de la región que llegaron de la mano o con apoyo explícito de sectores religiosos.

Prevalecen en todos los casos las notas extensas, de más de 10 párrafos, en un 60%, siendo las notas breves —de 3 a 5 párrafos— apenas un 13%.

Posiciones Frente Al Tema

En relación a la posición que asumieron los medios sobre los temas abordados: la mayoría de las notas intentaron no terciar a favor de ninguna posición (37%), mientras que el 33% se manifestó a favor de la agenda de derechos humanos y el 30% claramente en contra.

Desglosado por medio: *Clarín* mantuvo equilibrio entre el apoyo de la agenda de derechos (40%) y notas donde no tomó partido (50%); en *La Nación*, el 70% de las notas tomaron partido a favor de los sectores y posiciones antiderechos; y en *Noticias* el 50% mantuvo una posición equidistante y el 40% se manifestó a favor de la agenda de derechos humanos.

⁷ El 4 de octubre de 2006 se sancionó en Argentina la Ley 26150 de Educación Sexual Integral (ESI) que tiene como objetivo garantizar la ESI a todas/os los niños, niñas y adolescentes. El artículo 1 de la ley establece que: “Todos los educandos tienen derecho a recibir educación sexual integral en los establecimientos educativos públicos, de gestión estatal y privada de las jurisdicciones nacional, provincial, de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y municipal. A los efectos de esta ley, entiéndase como educación sexual integral la que articula aspectos biológicos, psicológicos, sociales, afectivos y éticos”. La ley crea el “Programa Nacional de Educación Sexual Integral” que nace en el año 2008 a cargo del Ministerio de Educación de la Nación. En este marco, en el año 2009 se redactan los “Lineamientos Curriculares para la Educación Sexual Integral”. Más información: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/120000-124999/121222/norma.htm>, acceso 25 de noviembre 2019.

⁸ Organización de Estados Americanos.

NI FUNDAMENTALISTAS NI DDHH

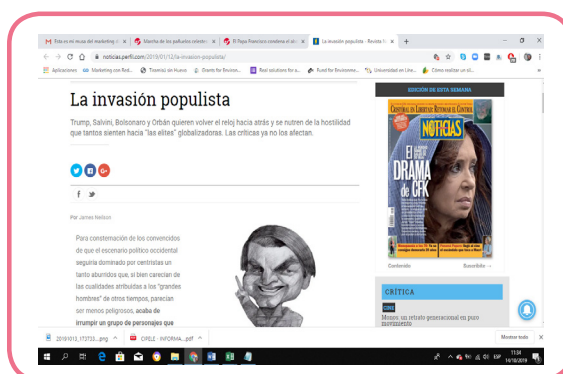
Clarín

El entrevistador cuestiona el posicionamiento de la Iglesia Católica, representada por el Papa, en temas como el aborto y la homosexualidad; da cuenta de ambas posturas. El periodista plantea la postura del médico que decidió no hacer el aborto porque la mujer tenía 22 semanas de embarazo y también da cuenta de lo que lo acusan los fiscales y la diputada por incumplimiento de deberes de funcionario público.

Noticias

Si bien la nota describe con cierto tono crítico lo que llama “sectores populistas” (conservadores), también justifica el surgimiento de estos sectores debido a una crisis terminal de la Modernidad en la que el paradigma basado en el desarrollo tecnológico y la democracia se habría agotado; refiere a la no viabilidad del “orden actual” por la reducción de las tasas demográficas; y critica, entre otros temas, la “inmigración descontrolada”. Si bien no hay una posición explícita en el artículo a favor o en contra de la despenalización o legalización del aborto, aparece algo que se repetirá en este medio: la valoración del medio de las posiciones no extremas. Ejemplo de esto es la siguiente frase: “Es probable que, si realmente los grupos feministas quieren conseguir derechos más avanzados en estas zonas del país, deban prestar más atención a las mujeres con logros menos ambiciosos, como las licencias de manejo de otros lugares, antes de optar por otras batallas. También es probable que los grupos antiaborto puedan encontrar otros elementos argumentativos que resulten más interesantes que concentrarse en decir que se trata de un asesinato porque la sociedad no lo ve de esa manera. Y no lo hace porque no le parece lo mismo matar a alguien dolosa o perversamente que tener un embarazo no deseado y no querer tener a la criatura. En este antagonismo hay más acuerdo del que nos imaginamos en el conjunto de la sociedad que cuando vemos a los grupos militantes movilizados de un lado y de otro”⁹.

En otros artículos de la misma revista se encuentran miradas críticas de la posición antide-
rechos cuando se usan por ejemplo los términos “pro-vida”, “ideología de género” y “aborto



9 Más información: <https://noticias.perfil.com/noticias/general/2019-03-28-debate-aborto-verdes-y-celestes.phtml>, acceso 25 de noviembre 2019.

asesino” entre comillas; y se califica como “polémica” la convocatoria a una marcha convocada por sectores celestes. Sin embargo, no debe dejar de notarse que un tema menor, como el apoyo de un técnico de fútbol a una campaña antiderechos, es considerado noticiable por el medio, cuando podría haberse elegido no darle cobertura.

DEFENSA DE LA AGENDA DE DERECHOS HUMANOS (CUESTIONAMIENTOS A LOS SECTORES FUNDAMENTALISTAS)

La Nación

En cuanto a las notas que cuestionan a los sectores fundamentalistas, o se posicionan en defensa de la agenda de derechos, los medios lo hacen al elegir tratar determinadas temáticas y en la manera de abordarlas. Por ejemplo, al exponer los obstáculos que una mujer y su familia deben superar para llegar a un derecho que le corresponde como es la interrupción legal del embarazo o dando voz a quienes fueron parte del debate en el Congreso apoyando la despenalización/legalización del aborto y no convocando voceros o visiones contrarias.



A FAVOR DE LOS ARGUMENTOS FUNDAMENTALISTAS

Estar a favor no significa necesariamente decirlo explícitamente. Podemos ver esta decisión al elegir los temas, las personas que van a entrevistarse, la extensión otorgada y la forma de referirse a los sectores. Así vemos que al decidir no encomillar términos controvertidos como “pro vida” e “ideología de género”, se validan los mismos, no se los cuestiona ni discute.

En *La Nación* se decide reiteradas veces dar voz a voceros católicos y la corresponsal en el Vaticano cuenta con un importante espacio para publicar, lo que refuerza, a nuestro entender, la decisión del medio de mostrar la visión de la Iglesia Católica y su rostro de modelos tradicionales.

Fuentes

Aún siendo la posición equidistante frente al tema la predominante, se destacan mayoritariamente las consultas a fuentes fundamentalistas en los tres medios: un 58% de las fuentes pertenecieron a este sector.

Como ejemplos de este tipo de fuentes, podemos citar al Episcopado de Argentina; candidatos argentinos de derecha; Jair Bolsonaro, presidente de Brasil; el Papa; Damaraes Alves, Ministra de la Mujer de Brasil; Michelle Bolsonaro, esposa del presidente de Brasil;

Rubén Proietti, presidente de (ACIERA); Gustavo Legname, director de Culto del Municipio de Hurlingham; Cynthia Hotton, líder evangélica; Alberto Bochatey, Delegado Episcopal ante el Congreso de la Nación; Nicolás Márquez y Agustín Laje, activistas de los sectores antiderechos; Rodríguez Lastra, médico que impidió una Interrupción Legal de Embarazo.

Sólo el 27% de las fuentes representaron a sectores promotores de la agenda de derechos humanos. Ejemplos de fuentes consultadas son: Marta Alanis y Jenny Duran, integrantes de Católicas por el Derecho a Decidir; Bruno Bimbi, periodista especializado en temas de diversidad; Josias de Sousa, analista; Olga Sanchez Cordero, secretaria de la gobernación de Mexico.

Al 12% de fuentes no podríamos situarlas en ninguna de las dos posiciones, y en el 3% de los artículos no hubo fuentes consultadas.

Desglosado por medio: *Noticias* fue el medio que más consultó a fuentes fundamentalistas, el 70% del total; seguido por *La Nación*, 63%; y *Clarín*, 39%. En cuanto a las fuentes vinculadas a la agenda de derechos humanos, quien más las consultó fue *Clarín* (50%); luego *Noticias* (21%) y por último *La Nación* (18%).

En cuanto al género de las fuentes: Hablamos de un esquema binario en medios tradicionales, podemos ver que más del 52% son varones, 35% mujeres y un 13% fuentes ministeriales, legislativas o de organizaciones, en las que no hay mención a la identidad de género. *La Nación* y *Noticias* acuden más a fuentes masculinas y *Clarín* registra paridad.

Para determinar qué función cumplen las fuentes en los artículos monitoreados, las consideramos como: sujetas/os, voceras/os, experiencia personal, expertas/os y opinión popular.

Sobre un total de 77 fuentes consultadas, encontramos que *La Nación* acude más a fuentes expertas (33%), seguida de voceras/os (25%) y sujetas/os de la noticia (22%), aunque en temas como educación sexual integral sí toma voces de la opinión popular.

En el caso de *Clarín*, las fuentes son sujetas de las noticias en un 55% aunque trabaja varias fuentes desde las experiencias personales: 20%.

Noticias acude a fuentes voceras en un 57% de los casos, a personas expertas en un 23% y en un 20% son sujetas de la noticia.

Si analizamos la cantidad de líneas otorgadas en cada nota a las fuentes representativas de cada una de las posiciones analizadas (fundamentalistas, agenda de derechos humanos o

Medio	Ni fundamentalistas Ni ddhh-	Defensa de la agenda de derechos humanos	A favor de los argumentos fundamentalistas
NOTICIAS	23%	12%	65%
CLARIN		49%	51%
LA NACIÓN	25%	18%	57%

Estereotipos De Género Propuestos

Los estereotipos de género propuestos en las notas de los tres medios fueron en un 31% de los casos tradicionales; en un 42% acordes a una perspectiva de igualdad de género; y no se explicitan en el 18% de los casos.

La Nación fue quien más apeló a estereotipos de género tradicionales (en el 60% de sus notas); *Clarín* apeló en un 33% y *Noticias* en ningún caso.

Si vemos medio a medio este indicador encontramos lo siguiente:

Medio	Estereotipos tradicionales	Que promueven igualdad	Otros o no se explicita
LA NACIÓN	60%	10%	30%
CLARIN	33%	67%	
NOTICIAS		36%	64%

TRADICIONALES

Hay sexismo en la elección de personas consultadas, especialmente cuando como en el caso de *La Nación* se consulta reiteradamente a voceros de la Iglesia Católica (IC) que aunque no hablen específicamente de estereotipos, plantean con sus posiciones un supuesto “orden natural” de las cosas y un modelo de sociedad que no cuestiona los estereotipos clásicos. Posicionar a la IC como fuente de reflexión, análisis y toma de posición, propone un sistema conservador.

En el tema aborto, aunque no directamente se postule la defensa del feto, se lo valoriza como más importante que la vida o decisión de las mujeres, cuyo destino queda marcado para la maternidad como fin ineludible de su ser.

En el caso de Rodríguez Lastra, el médico que fue penalizado en Río Negro por haber obstaculizado un aborto a una menor violada —tema que aparece reiteradas veces en nuestro monitoreo— su voz pone a la mujer en lugar de una incubadora, al obligar a continuar con el embarazo hasta que pueda vivir fuera del vientre.

La diversidad sexual, aunque no aparece específicamente atacada, sí es referida al hablar de “ideología de género”, en cuanto al “temor” de familias cristianas a que sus hijos/hijas, sean educados/as por “personas homosexuales/travestis” y así se “promueva la homosexualidad” desde la infancia.

En cuanto a *Noticias*, que aborda temas internacionales en las noticias monitoreadas, aparecen varios estereotipos tradicionales como parte de la descripción de la propuesta política de Jair Bolsonaro. Por ejemplo, la descripción de Michele Bolsonaro como “calladita”, “creyente

militante” y otras calificaciones que la mostrarían en un rol secundario y sumiso en relación a su marido. A la vez, se mencionan frases textuales de la Ministra de la Familia en las que señala que sus políticas públicas serán llevadas adelante en base a la “familia tradicional”. Si bien estos estereotipos no son criticados en forma directa en la nota, hay cuestionamientos varios y constantes a las propuestas políticas del bolsonarismo.

ACORDES A UNA PERSPECTIVA DE IGUALDAD DE GÉNERO

Como ya hemos dicho, la forma en que los medios tradicionales acuerdan o inclinan la noticia a favor de perspectivas de derechos o de igualdad, no es explícita, sino que queda implícita en la elección de temas, en referencias a las situaciones abordadas o a las personas entrevistadas.

Un ejemplo de esto aparece en la revista *Noticias* cuando una referencia a estereotipos de género es puesta entre comillas por la periodista ya que habla de la forma en que sectores antiderechos toman los temas de identidad de género: “Dicen que ‘los travestis se disfrazan de mujeres’ y hacen una permanente referencia a la condición biológica de hombres y mujeres. Ese costado se exprime al máximo en las redes donde, por ejemplo, Márquez llegó a tuitear: “Si un señor tiene cáncer de próstata pero tramita el DNI de mujer: ¿desaparece el cáncer de próstata?”¹⁰.

En *Noticias* también hay una sección denominada “El Índice Bolsonaro” donde se critica expresamente el sexismo. Se señala en una nota relacionada al tema: “Los dichos de ambos reflejan la reacción de una porción de la sociedad a la lucha del movimiento de mujeres, que en las últimas semanas tuvo a las Actrices Argentinas como cara visible. No creerle a quien contó con lujo de detalles una violación y denunció penalmente el hecho, es una expresión de ese grupo que deslegitima el relato de la víctima, en este caso una mujer y menor de edad.” Sin embargo, el artículo termina tratando de matizar entre lo que visibiliza como posiciones extremas: “Hay un punto de contacto entre Casero, Burlando y muchas feministas: ninguno (a) quiere una guerra de varones vs. mujeres; ni que se califique de “violador” a alguien que no fue juzgado. Las mujeres seguirán hablando, la Justicia actuará y si las barbaridades continúan, habrá Índice Bolsonaro”¹¹.



10 Más información: <https://noticias.perfil.com/noticias/general/2018-11-07-moda-mano-dura-los-referentes-del-bolsonarismo-en-argentina.phtml>, acceso 25 de noviembre 2019.

11 Más información: <https://noticias.perfil.com/noticias/general/2019-01-08-indice-bolsonaro-burlando-y-casero-compiten-por-deslegitimar-a-las-mujeres.phtml>, acceso 25 de noviembre 2019.

No se explicita

No explicitar estereotipos no siempre significa que las notas logran un equilibrio o que sean ajenas a esas definiciones. En este monitoreo son noticias referidas a temas que abordan género por lo que no explicitar puede ser sinónimo de decidir hablar de definiciones políticas absolutas, como en *La Nación* al referirse a “la campaña de la derecha” o en *Noticias* no abordando las propuestas programáticas de estos sectores (en las que podrían deducirse estereotipos de género).

Veracidad información

Hemos decidido medir en tres categorías la veracidad o no de las informaciones brindadas por los medios tradicionales: la información es veraz (está respaldada por hechos comprobables), no es veraz (está tergiversada o manipulada) y una tercera opción cuando no es claramente veraz o no veraz.

Encontramos que las informaciones son en su mayoría veraces —en un 61% de los artículos—, en muy pocos casos no veraces —6,5%— y en gran medida no fue posible incluirlas en ninguno de los dos campos: 32,5%.

La mayoría de la información veraz refiere a eventos realizados y fácilmente comprobables, como marchas, seminarios, declaraciones públicas. Por supuesto que este dato se cruza con otros que ya hemos mencionado, en cuanto a cómo cada medio decide publicar, titular, consultar. Encontramos casos en los que el evento es verdadero pero las declaraciones de quienes participan no pueden ser calificadas como veraces por estar tergiversadas, ser maliciosas con respecto a los derechos o cuestionar un sistema de derechos humanos acordados también por nuestro país a nivel global, como son los derechos de igualdad y equidad.

Así encontramos artículos que podrían ser calificados de más de una forma. Un ejemplo en *La Nación*: “Impiden celebrar misa a un sacerdote que se expresó en favor del aborto”¹², dice la nota firmada por Mariano De Vedia. El título elegido condiciona la lectura, ya que la nota argumenta más de un factor para el impedimento —siendo el aborto solo un párrafo de 13 líneas— y no apareciendo consultado el cura sujeto de la noticia.



Ejemplo de nota analizada con título que sugiere algo no confirmado en el desarrollo

¹² Más información:

<https://www.lanacion.com.ar/politica/impiden-celebrar-misa-sacerdote-se-expreso-fvor-nid2242787>, acceso 13 de diciembre 2019.

Calificadas como no veraces (tergiversación o manipulación de la información) encontramos algunas notas donde se habla de “ideología del descarte”, “muerte de niños”, o de “un país que no necesita el aborto legal”; estos conceptos no aparecen encomillados, no se debaten ni cuestionan, y marcan una posición del medio.

No podemos calificar de no veraces las reiteradamente publicadas posiciones de la Iglesia Católica, de sectores de derecha o de movimientos anti derechos. Pero sí cuestionamos la decisión de cada medio al decidir a quiénes consultar o al decidir no aprovechar la ocasión de esas notas para brindar información desde un marco de derechos humanos.

Por ejemplo, en el caso del lanzamiento del partido NOS, el diario *La Nación* no cuestiona la “necesidad” de que valores cristianos vuelvan a la política, en un país laico y con un sistema democrático que nos ha llevado tanto dolor volver a tener.

HASHTAGS

#Aborto
#RelatoVerde
#NoSeráLey

Desde el equipo de investigación se decidió hacer un recorte de estos tres # utilizados en Twitter (TW) de Argentina el 28 de mayo del 2019: Día Internacional por la Salud de las Mujeres y el día escogido por la Campaña por el Aborto Legal, Seguro y Gratuito para presentar nuevamente su Proyecto de Ley de Interrupción Legal del Embarazo.

#Aborto podía aparecer en los dos posicionamientos, a favor y en contra de la legalización, y nos permitía hacer un recorte analítico comparativo sobre la construcción de los mensajes.

Los otros dos (#RelatoVerde y #NoSeráLey) eran claramente de los sectores que no apoyan la legalización y despenalización del aborto y permitía analizar de qué forma construyen sus argumentaciones y los mecanismos utilizados para ese fin. Aunque encontramos que “No será ley” también fue utilizado para responder a esa afirmación desde cuentas que estaban a favor de la legalización del aborto.

Para la selección de los # se hizo un recorte al azar, sin tener en cuenta quién posteaba sino una cantidad de 20 posteos para cada hashtag.

¿Quién Postea?

El primer punto de análisis en los hashtags fue saber el género de la persona que posteaba desde cada cuenta. El 41% fueron mujeres, y en menor medida cuentas institucionales (25%) y varones (23%).

Sin embargo, si analizamos el tipo de hashtag utilizado por mujeres y varones, vamos a encontrar que las cuentas identificadas como femeninas postearon más sobre “RelatoVerde” (50%) y “No será Ley” (50%) mientras que las cuentas institucionales en un 73,5% hablaban de aborto. En cuanto al género masculino observamos que “RelatoVerde” fue uno de los # más utilizados (43%).

Imagen Y Texto

En cuanto a qué herramientas se usan para postear, evaluamos imágenes y textos y una combinación de ambos ya que tienen la particularidad de construir discursos de distintas formas.

Encontramos que la utilización mayormente de imágenes no fue frecuente ya que representa sólo el 10% de lo analizado. La combinación de imagen y texto resulta ser en cambio de un 41%; y en un 49% del total se usaron sólo los 240 caracteres de texto.

Información o Agresión

En cuanto al tipo de construcción discursiva para decir o defender la posición adoptada, en general los posts dan cuenta de la opinión personal/opinión (62%), presentando información sólo en el 28% de los casos y en menor medida se expresaron con una agresión (9%).

Sin embargo, estos porcentajes varían notablemente en función de los hashtags analizados: entre quienes postearon usando #aborto encontramos que la información fue el recurso más utilizado (57%) y el segundo fue la opinión (43%).

Ejemplos de esto son las dos imágenes que se muestran a continuación: una de una cuenta institucional del diario *Ámbito Financiero* (información); y la otra de una cuenta personal (opinión).



Con #NoSeráLey sucede al revés: la mayoría de los posts se posicionan dando una opinión para sustentar su posición (63%); aparece la agresión en menor medida (21%); y es significativamente baja la información (12,5%).

Esta imagen muestra una opinión con ese hashtag.

Respecto a #RelatoVerde aumenta la proporción de opinión (82%), disminuyendo la inclusión de información (14%), y la agresión como forma de argumentación aparece en un 5% de los posteos.

En ninguno de los posteos logramos identificar “difusión de eventos”, y en la categoría “otro” que implicaba no estar definida por ninguna de las anteriores, sólo hallamos el 2%.

Como podemos observar, en los hashtags que están en contra de la legalización y despenalización del aborto, la opinión personal y la agresión son la forma más utilizadas de construcción discursiva. En cambio, entre quienes utilizan “aborto” (un hashtag utilizado por ambas posiciones) lo que prima es la información.



Imágenes

Las imágenes que aparecieron en los posteos se analizaron bajo la clasificación de “Estereotipos sexistas tradicionales”, “Igualdad de género” y “Otra opción”.

El 54% de las imágenes están a favor de la igualdad de género y en una menor medida (33%) dan cuenta de estereotipos de género sexistas.

Sin embargo, si analizamos cada caso en particular, encontramos que en #aborto el 75% utilizan imágenes que están a favor de la igualdad de género.

Mientras que en #RelatoVerde: el 33% de las imágenes dan cuenta de conceptos vinculados a la igualdad de género, y el 50% refuerza los estereotipos de género tradicionales.



En #NoSeráLey: el 61,5% también refuerza estereotipos tradicionales, y sólo el 31% da cuenta en sus imágenes de la igualdad de género.

Volvemos a observar que los posicionamientos en contra de la aprobación de un derecho sostienen imágenes que ubican a las mujeres en roles tradicionales.

En la mayoría de los posteos que cuestionan estos estereotipos tradicionales, o proponen igualdad, podemos observar imágenes de mujeres en manifestaciones, o con pañuelos verdes.

Mientras que quienes se manifiestan contra la legalización o despenalización publican fotos de fetos, mujeres embarazadas, ecografías de embarazos avanzados que no se condicen con el término acordado para la interrupción de un embarazo en el Proyecto de Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo de la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto (14 semanas) ¹³.



Posicionamiento de los posteos frente a la igualdad de Género

En los dos hashtags que están en contra del aborto, se manifiesta un posicionamiento en contra de la igualdad de género y los derechos humanos: en el caso de #RelatoVerde el 100% se posicionó en contra de la igualdad y en #NoSeráLey, el 85%. En #Aborto, en cambio: el 76% estaban a favor de la igualdad.

Quienes postean a favor de la igualdad de género brindan información sobre despenalización y la situación del aborto en América Latina. El slogan de la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto (“Educación sexual para decidir, Anticonceptivos para no Abortar, Aborto Legal para no morir”) se repite de distinta manera: libertad de elegir, acceso a la educación, acceso al aborto asociado a la salud y en algunos casos dan cuenta de las muertes por aborto clandestino.



¹³ Más información: <http://www.abortolegal.com.ar/proyecto-de-ley-presentado-por-la-campana/>, acceso 22 de octubre 2019.

Entre los argumentos que utilizan las cuentas para convencer a quien les lee, pudimos diferenciar varios discursos. Quienes se manifiestan en contra de realizar abortos legales y seguros plantean que se utilizan casos judiciales para disciplinar, como la condena a un médico por no realizar el aborto a una mujer cuando fue requerido¹⁴.

También señalan que la supuesta exclusión de la objeción de conciencia del proyecto de ley presentado nuevamente el 28 de mayo en el Congreso por la Campaña Nacional (anteriormente citado) es “una aberración”. Hacen hincapié en la eliminación de una vida y utilizan el argumento del Papa Francisco en una nota periodística donde plantea que la práctica del aborto es similar a la utilización de un sicario. Las mujeres son construidas a partir de la obligación de maternar, más allá de su propio deseo. El ejemplo de la derecha es muestra de ello.

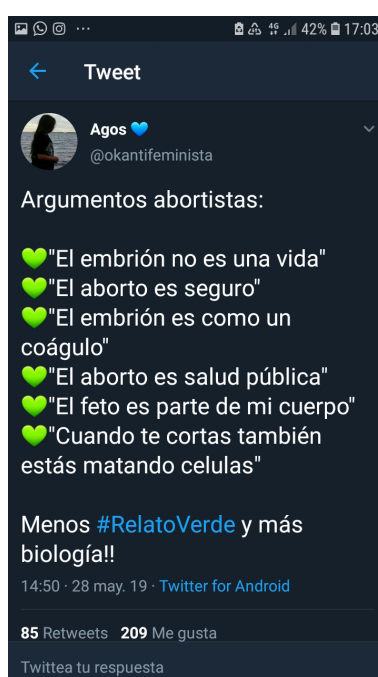
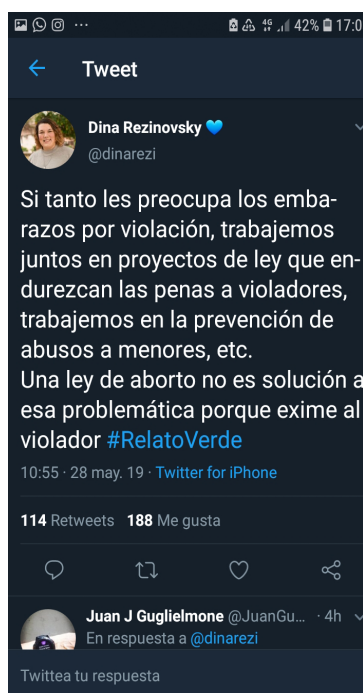
En otros casos, descalifican a las mujeres que defienden los abortos o hacen una crítica feroz a las que se identifican con el feminismo públicamente, como las actrices, o las militantes feministas que utilizan el pañuelo verde. Cuestionan sin fundamentos el concepto de salud que se defiende en el proyecto de ley y atacan las estadísticas que presenta la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto que fuera realizada con fuentes oficiales y confiables¹⁵.

Es común encontrar relaciones entre conceptos como “patria” en contraposición a los valores que presentarían quienes defienden la legalización y despenalización. En varios casos se menciona el endurecimiento de las penas a violadores como si la solución fuera punitivista y confundiendo al aborto legal con el aborto clandestino. A continuación dos ejemplos de esto en #RelatoVerde:



14 Más información: https://www.clarin.com/sociedad/juzgan-incumplimiento-deberes-medico-nego-realizar-aborto_047DOV08NI.html, acceso 22 de octubre 2019.

15 El proyecto de la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto legaliza el aborto hasta las 14 semanas, y habilita su práctica en todas las instituciones de salud en forma gratuita. Según datos del Ministerio de Salud se realizan aproximadamente 54 abortos por hora, es decir 1300 abortos por día; y anualmente se inducen entre 370.000 y 520.000 abortos. “Como en nuestro país el aborto es una práctica mayormente realizada de manera clandestina, no existen estadísticas exactas, sino estimaciones. Sin embargo, estas estimaciones no son números caprichosos sino que se sustentan en



Algunos posts proponen una mirada biologicista como la utilización de argumentaciones de la Academia de Medicina¹⁶ para sustentar la idea de que un embrión es un ser vivo. El término “concepción” es muy recurrente para hablar del aborto y poner en juego argumentos que apelan al sentimentalismo, sin ubicar a la mujer como generadora de un proyecto propio, por fuera de la maternidad.

En otros casos, muestran a la juventud como permeable y sin juicio propio para dirimir lo correcto y lo incorrecto de la “ideología de género” y, por lo tanto, influenciados a un discurso mentiroso.



metodología científica. En 2005, el Ministerio de La Nación solicitó a dos reconocidas profesionales, Edith Pantelides y Silvia Mario, que calculen la magnitud de abortos voluntarios en Argentina. A partir de la cantidad de internaciones por complicaciones médicas derivadas de un aborto en hospitales públicos, a la que se aplica una metodología especial para estimar la cantidad de abortos totales, estimando la proporción de abortos que tiene posibilidades de presentar complicaciones, y por ello terminan en servicios de salud pública, se llegó a la conclusión de que por cada aborto que llegaba al hospital público, se practican 6,8 abortos. En 2005, el estudio utilizó la cifra de las 65.735 hospitalizaciones relacionadas con abortos del año 2000 (período durante el cual se hizo el estudio), que multiplicada por 6,8 arrojó la cifra que estima 447 mil abortos inducidos ese año” (Argumentos de la Campaña por el Aborto Legal, seguro y gratuito. Más información: <http://www.abortolegal.com.ar/wp-content/uploads/2018/04/Argumentos-Campa%C3%91a-2018-FFF.pdf>, acceso 25 de noviembre 2019).

16 Más información: <https://www.acamedbai.org.ar/declaraciones/02.php>, acceso 22 de octubre

Estereotipos de género propuestos

El análisis de los estereotipos da cuenta del rol en el que se ubica a la mujer en cuanto a las construcciones sociales. Como analizamos más arriba, quienes utilizan #Aborto lo hacen mayormente desde una perspectiva de igualdad de género (76%). Sólo en el 20% de los posts de este hashtag encontramos identificación con estereotipos tradicionales; esto se debe a que encontramos cuentas que lo utilizaban para posicionar su postura en contra de su aprobación como derecho.

Como es de esperar, los modelos tradicionales de mujer como madre se presentan fuertemente en los hashtags que no están a favor del aborto: en #RelatoVerde y #NoSeráLey la cifra asciende al 80% en cada uno. Sin embargo, encontramos que un 15% de quienes postearon sobre #NoSeráLey lo hacen desde una perspectiva de género y derechos humanos ya que son cuentas que se manifiestan a favor del aborto criticando ese hashtag. Un ejemplo de ello es la imagen de la derecha.



La construcción de estereotipos tradicionales está fuertemente atravesada por cuestiones religiosas y por la idea de la maternidad como destino “natural” de las mujeres. El aborto se plantea como un problema moral ya que iría contra lo que es “natural”. En ese sentido aparece la defensa de “inocentes”, y se habla de la vida en el útero. Un ejemplo es el siguiente posteo en donde la mujer habla desde su posición religiosa.

En contraposición a quienes sí abortan, las mujeres que defienden “las dos vidas” son el modelo a seguir, el tradi-

cional. Al darle entidad de persona a un embrión entendemos que es un posicionamiento acorde a un modelo tradicional de sociedad que privilegia los derechos de los embriones por sobre los de las mujeres.

Para quienes sostienen esta posición, las mujeres y personas gestantes no deberían tener autonomía sobre sus cuerpos y, por lo tanto, se les exige sostener los embarazos frente a cualquier circunstancia. Al mismo tiempo, se les responsabiliza de “su situación” y destacan a “los honrados que salvan dos vidas” como valorados por su acción. Suele aparecer la mención a la diferencia de clases para mostrar una brecha entre un sector que apoya y otro que no, manifestando que las mujeres pobres no son escuchadas y son las “ricas” las que piden aborto legal. El posteo de la derecha es un ejemplo de ello.



Quienes se manifiestan desde una perspectiva de igualdad de género plantean la necesidad del acceso al aborto legal y para ello dan cuenta de la cantidad de mujeres muertas por abortos clandestinos, proporcionan conceptos sobre igualdad y hablan de la autonomía y la libertad para decidir sobre los cuerpos.

Utilizan el lema de la Campaña por el Aborto Legal y en algunos casos hacen alusión a las semanas necesarias para que un embrión se transforme en persona. También se utilizan estadísticas publicadas en medios de comunicación sobre las personas a favor del aborto en Ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires (AMBA). El siguiente posteo es un ejemplo de ello:



Veracidad de la información

La forma en que cada relato se construye en función de lo real y lo ficticio, lo verdadero y lo falso, lo conspirativo y lo propagandístico, los rumores, memes y cadenas en las redes sociales es libre y múltiple. Por esa razón la veracidad de la información se torna analizable ya que muchas personas construyen discursos argumentando desde lugares erróneos, con información falsa o tergiversando datos.

De acuerdo a las categorías provistas por Cortéz e Isaza, y planteadas en los aspectos metodológicos de esta investigación, la propaganda (información cierta o falsa presentada con enfoque engañoso) se da en un 55% de los posteos analizados de los tres hashtags; información veraz en un 35% y las teorías conspirativas resultaron ser utilizadas sólo en 1,5% de los casos. Sólo un 8% de los posteos no pudieron ser identificados en las categorías propuestas.

Ahora bien, si desglosamos cómo cada posteo formula su relato esa diferencia aumenta considerablemente.

En #RelatoVerde, el 83% utilizó la propaganda como mecanismo para armar su texto. Se afirma que muchas mujeres defienden “las dos vidas” y dan cuenta de consignas que se utilizan desde el feminismo para hablar de la muerte por abortos inseguros. También hacen un uso incorrecto de lo que implica la objeción de conciencia.



Mientras en #NoSeráLey la construcción de la veracidad es haciendo referencia a la votación en el Senado y el rechazo de la aprobación.

También mencionan afirmaciones que realiza el feminismo en relación a dar más valor a las personas gestantes que a embriones y a la no utilización del término “niños por nacer”.

Según el análisis realizado, en el 75% de los posts de #NoSeráLey se utilizó propaganda y el 25% fueron veraces. Un ejemplo de propaganda es la afirmación de que la “Argentina es Pro Vida”, como se menciona en la imagen de la derecha.



Sólo el hashtag #Aborto utilizó mayormente la veracidad (65%) en sus posts; e identificamos sólo un 4% como propaganda y otro 4% como teoría conspirativa.

Un ejemplo de veracidad es la utilización de estadísticas de una nota periodística del diario norteamericano *The New York Times* y la muerte de una mujer por un aborto clandestino que se conoció el 28 de mayo, día que se presentó el proyecto de ley de la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto ante el Congreso. En otro caso, se citan documentos realizados por instituciones, se muestra una foto chequeada, se cita al mencionado proyecto de legalización o se habla de los pañuelazos que se realizarán en el país. En general son datos chequeados, que existen y citan fuentes comprobables.



Respuestas a los posts

De los posts analizados observamos que, en el tiempo tomado para el análisis, los hashtags #RelatoVerde” y #NoSeráLey obtuvieron muchos más “likes” (9315 y 1684 respectivamente) en

comparación con #Aborto, cuyo total dio 382. O sea, del total de Likes, cada hashtag recibió el siguiente porcentaje: #RelatoVerde: 82%; #NoSeráLey: 15%; y #Aborto: 3%.

Al parecer, los posteos contrarios a la legalización del aborto estuvieron más activos, particularmente #RelatoVerde, que es el hashtag que percibimos como más fundamentalista, con todos sus posteos contrarios a la legalización del aborto.

#RelatoVerde es también el hashtag que más RT obtuvo (4618, 83%) en comparación con #Aborto (231, 4%) y #NoSeráLey (701, 13%).

CUENTAS DE TWITTER

@AmelieGranata
@AgustinLaje
@FrenteJovenAR

Imágen y texto

La mayoría de los posteos realizados desde las tres cuentas analizadas de activistas de sectores antiderechos (Amalia Granata, Agustín Laje y el Frente Joven) incluyen texto e imagen (40%) y el resto se dividen en forma pareja (30%) entre los posteos en los que es preponderante el texto y aquellos en los que lo es la imagen. El total de posteos que incluyen imagen (foto, video o capturas de pantalla) es del 70%.

Los videos en particular constituyen el 18% de los posteos. Quien más utilizó este recurso fue el Frente Joven (FJ): en el 30% de sus posteos; Granata y Laje lo hicieron en el 15% y el 10% respectivamente.

Granata fue quien más utilizó el recurso de las imágenes, con un 65% de posteos en los que predomina la imagen sobre el texto; en la cuenta del FJ predomina el texto en el 60% de los posteos; y, en el caso de Laje, predominaron los posteos en los que estaban equilibrados imágenes y texto: 50%.

¿Información o agresión?

En relación a qué tipo de comunicación proponen los posteos: el 52% expresan la opinión de quienes son titulares de las cuentas, el 33% brindan información, el 7% difunden un evento, el 4,5% son agresiones hacia personas o colectivos, y el 3% proponen otro tipo de comunicación.

Granata es quien más realizó posteos informativos (58%); y Laje y FJ fundamentalmente expresaron opiniones: 70% y 62% respectivamente. El siguiente es un ejemplo de posteo agresivo:



Imágenes

En casi la mitad de las imágenes posteadas (49%) no fue posible identificar un posicionamiento claro a favor o en contra de la igualdad de género; del resto: el 38% proponen estereotipos tradicionales de género y el 13% a favor de la igualdad de género. En este último caso, las imágenes han sido usadas para cuestionar la igualdad de género, no para promoverla.

Granata y el FJ fueron quienes más utilizaron imágenes tradicionales: 60% y 62,5% respectivamente; Laje, en cambio, no las utilizó en ningún caso.

Las siguientes son algunas de las imágenes a favor de la igualdad de género (13%) utilizadas por estas cuentas:



En relación a las imágenes vinculadas a estereotipos tradicionales (38%), ofrecemos algunos ejemplos:



Dentro de este grupo (imágenes que remiten a una propuesta tradicional de los estereotipos de género), es habitual encontrar en cuentas afines a los sectores antiderechos imágenes de embriones con algún tipo de personalización y por lo general de un crecimiento mayor al del tiempo en que la mayoría de las leyes habilitan las interrupciones del embarazo.

La siguiente imagen, por ejemplo, de la activista Amalia Granata (recientemente elegida diputada provincial por Santa Fé) da cuenta de embriones que probablemente tengan más de 14 semanas.

Además, las técnicas de imágenes permiten ampliar imágenes muy pequeñas, de esta forma los embriones son mostrados por estos sectores casi como bebés a punto de nacer, lo cual busca generar impacto emotivo para oponerse a la legalización del aborto.



Posicionamiento de los posteos frente a la igualdad de género

Como era previsible, el 80% de los posteos se expresó en contra de la igualdad de género y los derechos humanos, y el restante 20% mantuvo una posición equidistante del tema. Ninguna cuenta se posicionó a favor de la igualdad de género.

La cuenta del FJ en todos los casos (100%) se expresó en contra de la igualdad de género; en el caso de Granata, el posicionamiento fue 80% en contra y 20% otra posición; y Laje en el 60% de los posteos se posicionó explícitamente en contra de la igualdad de género.

Algunos de los ejemplos de posteos contra la igualdad de género:



En algunos casos estas cuentas dan argumentos para sostener sus opiniones y en otras no; y a veces los dan pero son muy cuestionables. En un video posteo por Granata, por ejemplo, Monseñor Héctor Aguer (ex arzobispo de la ciudad de La Plata) descalifica los argumentos expresados por el entonces candidato a presidente Alberto Fernández (Frente de Todos) a favor

de la legalización del aborto y que se apoyan en datos de la salud pública. Aguer no explica por qué esos datos serían erróneos o inadecuados y, en cambio, se enoja con el hecho de que Fernández apele a teólogos como Santo Tomás de Aquino para argumentar a favor de la legalización.

Granata también retwitea un posteo original de @LupeBatallan¹⁷ en el que esta activista antiderechos presenta datos de causales de muertes de mujeres para mostrar que las muertes por abortos inseguros serían pocas en relación a otras causales. Granata no dice la fuente de estos datos, sólo retwitea el flyer realizado por Batallán. En el TW original de esta última, se decía que estos datos provenían de las estadísticas proporcionadas por el Ministerio de Salud de la Nación. Volveremos sobre este tema en el apartado de Veracidad.

Lo que nos interesa señalar acá es que algunas de estas cuentas de referentes de sectores antiderechos no se preocupan por difundir información o argumentar sus opiniones, sino que bastaría con la expresión de su punto de vista, o de la difusión del punto de vista de otras cuentas de TW con el mismo posicionamiento político.

Otro posteo de este tipo de parte de Granata es la difusión de un video, sin ningún comentario de parte de ella que acompañe, realizado por Faro Films- Silencio o Verdad (así se presenta la organización en su canal de Youtube¹⁸); el video es una crítica a las autoridades de Santa Fe, provincia a la que se califica como donde “más fácilmente se puede terminar con la vida de un niño por nacer”.

Por último, Laje también retwitea un video de la cuenta de @PabloMturrieta en el que se da información, sin mencionar fuente, sobre los fondos que estaría aportando a nivel global el gobierno de Canadá para apoyar la legalización del aborto. Laje agrega en su propio posteo: “1400 millones de dólares desde Canadá para promover el aborto y la ideología de género en el mundo”.



ESTEREOTIPOS DE GÉNERO

Los estereotipos de género propuestos por los posteos fueron tradicionales en el 82% de los casos, en ningún caso apoyaron la igualdad de género; y en el 18% de los posteos no refirieron a estereotipos de género.

El FJ fue uniforme en la promoción de estereotipos de género tradicionales (100%); Granata los propuso en el 80% de los posteos y Laje en el 75%.

¹⁷ La cuenta a la que Granata retwiteó fue suspendida por Twitter. En esa cuenta Lupe Batallán se definía como “provida” y “antifeminista”.

¹⁸ Más información: https://www.youtube.com/channel/UCy5rytwViWO_0StQDUH_9zg, acceso 23 de septiembre 2019.

Acá un posteo de Amalia Granata difundiendo una acción de los sectores celestes:

El estereotipo de género tradicional predominante en los posteos fue el de maternidades abnegadas y mujeres sin autonomía sobre sus cuerpos. Posteos como “No te comás el verso: el aborto mata un niño y destruye una mujer” (FJ); “Hay que cuidar la vida y la familia” (Granata); la caracterización como “sector filicida” (Laje) de quienes apoyan la legalización del aborto; y el aplauso cerrado hacia las manifestaciones de los sectores celestes y antiderechos, enfatizan un modelo tradicional de familia heterosexual con roles de género estáticos y desiguales. La maternidad es sobrevalorada incluso si es producto de una violación; y nunca se evalúa el deseo de la mujer frente a la maternidad, sea o no producto de la violencia. La prioridad son siempre los embriones.

Este punto de vista se refleja en estrategias como la desvalorización de las muertes por abortos inseguros, en el contexto de otras causales de muertes maternas, como en el siguiente posteo en el que Granata interpela a un diputado favorable a la legalización del aborto:



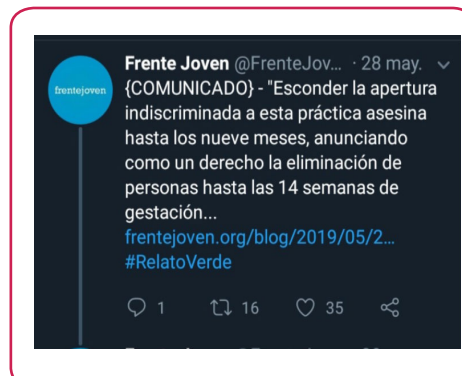
Veracidad de la información

De acuerdo a las categorías provistas por Cortéz e Isaza, y planteadas en los aspectos metodológicos de esta investigación: el 48% de los posteos de las tres cuentas podría ubicarse en la categoría de propaganda (información cierta o falsa presentada con enfoque engañoso); sólo el 4% serían teorías conspirativas; y el 1% noticias falsas. El 44% fue información verificable.

La cuenta del FJ fue la que más posteos caracterizados como propaganda generó: 90%; en el caso de Laje este tipo de posteos constituyeron el 45% del total; y en el de Amalia Granata el 40%.

La cuenta del FJ fue, a su vez, la que menos información veraz generó: 35%; Granata generó información veraz en el 60% de los posteos; y Laje en el 65%.

Ejemplos de propaganda:



En el posteo precedente de Granata, hay una manipulación, a través del texto, para asimilar las imágenes de los embriones a las de bebés con acciones que generan empatía: bostezar, sonreír, dormir. Y, en el del FJ, se tergiversa el proyecto de interrupción legal del embarazo, que propone la realización de esta práctica hasta la semana 14.

Otro ejemplo de propaganda se da en el posteo de Laje en el que tergiversa otro posteo. Por un lado, refiere que la dueña de la cuenta a la que critica es una docente feminista, información que no es posible verificar en la cuenta mencionada, que no tiene ningún tipo de identificación más que el nombre. Por otro, según Laje, Carolina Sanín estaría diciendo que “tener el deseo de penetrar a un menor es sencillamente un deseo que como tal no es ni bueno ni malo”; cuando lo que dijo Sanín es: “La pedofilia no es un crimen. Es un crimen el actuar sobre ella, es decir el abuso sexual a menores. Pero ningún deseo es punible en tanto deseo, ni es tampoco bueno o malo. Así que reaccionemos contra los violadores de niños, no contra los pedófilos. No es lo mismo”.



Si bien el posteo de Sanín es confuso y para nada feliz, hay una manipulación evidente del mismo para criticar las propuestas feministas.

Otro ejemplo de propaganda es el mencionado anteriormente de Granata cuando reponea un TW de Lupe Batallán. En el TW original, que se ve a continuación, se hace referencia a las causales de muertes maternas provistas por la Dirección Nacional de Estadísticas e Información en Salud para el año 2017¹⁹. Sin embargo, estas estadísticas refieren 30 muertes de mujeres ese año por abortos clandestinos y no “19 ó menos” como señala Batallán en su posteo. Se suministra una fuente real y confiable, pero se tergiversa la información que la misma brinda.



19 Más información: <http://www.deis.msal.gov.ar/index.php/anuario-2017/>; acceso 25 de octubre 2019.

En relación a teoría conspirativa, el siguiente posteo de Laje sería un ejemplo de la misma: el autor de la cuenta imagina a buena parte de los gobiernos del mundo en una alianza para legalizar el aborto a nivel global:



Respuestas que obtuvieron los posteos

Laje es quien más Likes y RT recibió en sus posteos, lo cual llama la atención ya que no es la cuenta con más seguidoras/es. De las tres analizadas, quien tiene mayor cantidad de seguidoras/es, y muy lejos del resto, es Granata: 2.100.000; le sigue Laje: 210.400; y el FJ: 14.300. Sin embargo, de los Likes totales a los 60 posteos analizados (20 por cuenta), Laje se llevó el 64%; Amalia Granata el 34% y el Frente Joven, sólo el 2%.

En cuanto a los RT, la cuenta de Laje también es la más popular: 73% del total; Granata, 23%; y FJ, sólo 4%.

Esto posiciona a Laje como un gran propagador del ideario antiderechos.

En relación a las respuestas que recibieron las tres cuentas a estos 60 posteos: el 69,5% fueron a favor de los posteos y el 30,5% en contra, es decir tienen más seguidoras/es que les apoyan que detractoras/es de sus puntos de vista.

El FJ es quien es más apoyado por sus seguidoras/es: 85,5% de comentarios a favor y 14,5% en contra de sus posteos; sigue Laje con 78% de comentarios positivos y 22% negativos; y por último Granata con 59% de respuestas positivas y 41% negativas.

CONCLUSIONES

El análisis de la cobertura que hacen los medios tradicionales de los temas vinculados a los sectores antiderechos, de las mismas cuentas de estos sectores en TW, y del funcionamiento de distintos hashtags relacionados también con posteos de estos grupos, nos permiten arribar a algunas conclusiones.

Por un lado, de parte de los medios tradicionales se observa en general (a menos que haya un compromiso del medio con el ideario conservador, como es el caso del diario *La Nación*) un interés en los temas que traen al debate público los sectores conservadores (“ideología de género”, “Con mis hijos no te metas”, posiciones en torno a la legalización del aborto) a la vez que un intento de mantener cierta distancia con los postulados que plantean. Los medios abordan las demandas de estos sectores en términos de dos campanas —del otro lado estaría la agenda feminista— e intentan ser ecuanímes en el enfoque, aunque las fuentes que usan son predominantemente conservadoras. A la vez, no están considerando la avanzada de estos sectores como una problemática social —en la medida en que impugnan la agenda de derechos humanos y de género— sino más bien como un fenómeno social y político coyuntural, lo cual se expresa en el género periodístico predominante para hablar del tema: la noticia.

Quienes representan a su vez a los sectores antiderechos perciben que los medios tradicionales en general no apoyan sin vacilar sus posiciones y además de manifestarlo, como lo han hecho en los posteos que vemos a continuación, se han refugiado en redes sociales, concentrando ahí sus estrategias de comunicación.



En Twitter, la red que hemos analizado, encontramos que los posteos de estos sectores —que en un 80% de los casos cuestionan la igualdad de género y proponen estereotipos de género sexistas— son muchísimo más populares que los del movimiento feminista. Si bien no analizamos en nuestra investigación cuentas feministas, sí analizamos cuentas de activistas antiderechos y hashtags que fueron usados por ambos sectores. Y encontramos, por ejemplo, que #Aborto —usado en un 76% de los casos por el movimiento feminista— fue un hashtag



con poquísimos Likes y RT en comparación con los que movieron las cuentas antiderechos: fundamentalmente #RelatoVerde y en menor medida #NoSeráLey.

Otra característica de la comunicación de estos sectores —observada fundamentalmente en las redes sociales— es la baja cantidad de posteos informativos y argumentativos y la alta cantidad de posteos que expresan opinión e incluso que manipulan la información (propaganda). Tomando nuevamente para comparar #Aborto (usado principalmente por cuentas feministas), bajo este hashtag se expresaron muchísimos más posteos predominantemente informativos, en comparación con #RelatoVerde, usado fundamentalmente por sectores antiderechos.

Hacemos a continuación una síntesis de los resultados obtenidos en las tres dimensiones de análisis: medios tradicionales, cuentas de TW de sectores antiderechos, y hashtags.

MEDIOS TRADICIONALES

Encontramos en general en los medios de comunicación analizados (diarios *Clarín* y *La Nación*, y revista *Noticias*) una tendencia a asumir una posición “ecuaníme” en lo que visibilizan como una tensión y/o debate entre sectores feministas y la agenda de género, por un lado, y sectores antiderechos que promueven una agenda conservadora en derechos humanos por otro. Los medios manejan esta tensión como si estuvieran frente a un debate de dos campañas; sin embargo, no se trata de un debate con dos posiciones equivalentes: la agenda de género y feminista tiene sustento y legitimación desde hace décadas en tratados regionales e internacionales de derechos humanos de obligado cumplimiento para los países que los suscribieron, mientras que la agenda de los sectores conservadores propone sustancialmente restringir estos derechos consensuados por la comunidad de naciones.

Un indicador que da cuenta de este intento de “ecuanimidad” es la posición de las notas en torno a los temas abordados: la mayoría intentaron no terciar a favor de ninguna posición (37%), mientras que el 33% se manifestó a favor de la agenda de derechos humanos y el 30% claramente en contra.

Clarín y *Noticias* fueron los medios donde mejor se expresó este intento por “no tomar partido por ninguna de las dos campanas” (50% de los artículos fueron caracterizados de esta forma) y en ambos medios casi no fue posible identificar artículos alineados con las posiciones conservadoras; en *La Nación*, en cambio, el 70% de los artículos tomaron posición a favor de los sectores antiderechos.

Otro ejemplo son las imágenes utilizadas, que están casi equilibradas en relación a dar cuenta de la agenda de género (25%) o de la agenda conservadora (27%).

El intento de imparcialidad frente al tema —más el apego a la “objetividad periodística”— se



vió reflejado también en la veracidad de la información: los medios tradicionales han referido información mayormente veraz (61% de los casos), es decir que está respaldada por hechos comprobables; y en muy pocos casos no veraz (tergiversada o manipulada): 6,5%. Debe notarse que hubo un porcentaje alto, 32,5%, de información que no fue posible incluirla en ninguno de los dos campos.

Encontramos también que los medios tradicionales están haciendo un profuso tratamiento de los temas de la agenda conservadora: al menos 50% de los artículos analizados refieren a la misma. De los tres temas que relevamos en la agenda mediática, el más abordado por los medios fue aborto (55%), luego “ideología de género” (30%) y por último la Campaña “Con mis Hijos No Te metas” (15%). “Ideología de género” y la Campaña “Con Mis hijos No te Metas” son términos y temas de esta agenda, y cuando los medios los cubren es para dar cuenta de estas posiciones (aunque se los trate en tono de polémica y también se incluyan las posiciones feministas y de derechos humanos); en relación a aborto, es un tema que puede ser abordado para dar cuenta de las posiciones de estos sectores como de las demandas feministas por el acceso al derecho.

En relación a los estereotipos de género propuestos por los artículos: hay predominancia de aquellos acordes a una perspectiva de igualdad (42%); y en un 31% de los casos son tradicionales (el resto son indicadores no alineados explícitamente con una opción o con otra). Es decir que, en este caso, siguen estando bastante cerca ambos indicadores, aunque parecieran haberse inclinado los medios (fundamentalmente *Clarín* y *Noticias*) por una mirada más progresista en términos de estereotipos de género.

Sin embargo, cuando analizamos las fuentes consultadas por los tres medios, las mismas son predominantemente conservadoras (58%), mientras que sólo al 27% podríamos definir las como alineadas con la agenda de derechos humanos y de género. Y ésta es una situación que se da, como era previsible, en el diario *La Nación*, que tiene una posición alineada claramente con estos sectores, pero también en la revista *Noticias*, donde el 63% de las fuentes fueron conservadoras, aun en el contexto de artículos que mantuvieron predominantemente un enfoque equidistante (50%) y a favor de la agenda de derechos humanos y género en un 40%. En el caso de *Clarín*, el 50% de las fuentes pertenecían a organizaciones de derechos humanos y de género, y el 40% eran fundamentalistas. Cabría preguntarse entonces por el vínculo de los medios con las fuentes: ¿por qué son menos consultadas personas alineadas con la agenda de derechos humanos y de género? Y no solamente organizaciones feministas sino también instituciones públicas vinculadas a estos temas. ¿Tienen menos vínculo los periodistas con estas instituciones, organizaciones y personas? Si así fuera, ¿por qué se da esto?

Hubo comparativamente muy pocas notas de fondo o análisis del tema abordado: apenas 23,5%; y la mayoría de la cobertura aparece en el formato de noticias (63%), lo cual quizá ameritaría una reflexión en torno a la necesidad de abordar con mayor profundidad una temática que hace a la construcción de nuestra ciudadanía, ya que los sectores antiderechos están impug-

nando la agenda de género reconocida en tratados regionales e internacionales de derechos humanos y esto no aparece reflejado en la cobertura mediática.

La mayoría de las notas aparecieron en la Sección Sociedad (casi 60%), y muchas menos en Política Nacional (20%) y en Mundo/Internacionales (18%), lo cual también nos resulta llamativo ya que estos sectores están disputando poder en las agendas parlamentarias y políticas de la región. Entendemos que esto tiene que ver más con el enfoque dado al tema que con la falta de análisis de las dimensiones política y partidaria del fenómeno antiderechos. La llegada al debate público de la agenda de estos sectores surgió en Argentina en el año 2018 cuando se debatió en el Parlamento el estatus jurídico del aborto, hasta ese momento no tenían una presencia significativa; y el acceso al aborto es analizado desde los medios de comunicación como un tema vinculado a Sociedad y, más específicamente, a las mujeres, no se lo considera un tema de la agenda política mainstream. Un ejemplo de esto es la siguiente nota de la revista *Noticias* centrada en las estrategias de los sectores antiderechos para no avanzar en el Parlamento con el debate sobre el tema y que si bien aborda el debate parlamentario está ubicada en la Sección Sociedad.



Por último, en relación al género de quienes cubren en medios tradicionales los temas vinculados a los sectores antiderechos, no aparece una diferencia significativa entre mujeres y varones (no fue posible identificar identidades trans a través de la firma que aparece en las webs de los medios analizados): 40% y 36% respectivamente; y hay un porcentaje significativo de artículos sin firma: 24%. En el diario *Clarín*, sin embargo, se invierte y amplifica esta distribución: 10% de mujeres, 40% varones, y 50% de notas sin firma.

CUENTAS DE TWITTER

En Twitter analizamos por un lado hashtags y, por otro, cuentas.

Las cuentas tomadas en consideración fueron de dos reconocidos activistas de los sectores antiderechos: Amalia Granata y Agustín Laje; y de una cuenta institucional perteneciente a estos sectores: Frente Joven.

Se observan diferencias entre las mismas. Laje se presenta en el debate público como un intelectual conservador que se manifiesta fundamentalmente a través de opiniones, intenta dentro de su militancia tener una posición equidistante en torno a la confrontación de derechos, propone menos estereotipos tradicionales de género que el resto, y es el más equilibrado

en relación al uso de imágenes; podríamos decir que es el menos “fanático”. A la vez, es el que más incidencia tiene en los ámbitos antiderechos; aún teniendo muchas menos seguidoras/es que Granata, logró con sus posteos muchos más likes y RT que las otras dos cuentas.

Granata es alguien que se inició mas recientemente en el debate sobre el tema. Originalmente panelista de programas de espectáculos, llegó a la política en 2016. Primero lo hizo en un espacio vinculado al peronismo y luego, en consonancia con la aparición pública de los sectores conservadores cuando se discutió el estatus jurídico del aborto en 2018, se alineó con “las dos vidas” hasta que encontró espacio en el partido político que la llevó a entrar en 2019 al parlamento provincial de Santa Fé. Esta llegada reciente al debate político hace que en los posteos se cuide más en sus opiniones y utilice frecuentemente imágenes para expresarse; sin embargo, su posición es clara en el espectro antiderechos: no intenta tener una mirada “objetiva” en torno al tema y hay una predominancia fuerte de estereotipos de género sexistas. A la vez, su pasado en los ámbitos de la farándula y el espectáculo hace que sea cuestionada por sus opiniones, frecuentemente se le reprochan hechos antiguos cuando ella anuncia su posición actual anti-feminista y “pro familia natural”, como en el ejemplo de la derecha.

El Frente Joven es la cuenta que podríamos definir como la más militante y fanática. Es la cuenta institucional de una organización regional (Argentina, Perú, Ecuador y Paraguay) y se define como “un movimiento de jóvenes que busca construir una sociedad más digna a través de la promoción y el sostenimiento de los derechos humanos fundamentales”²⁰. Es la que apeló más a la propaganda en sus posteos (manipulación de la información), tuvo una posición única contra la igualdad de género y la promoción de estereotipos de género sexistas, se expresó mayormente a través de opiniones, e hizo un alto uso de imágenes que en todos los casos promovían también estereotipos de género tradicionales. También es la que aglutinó más comentarios positivos, y menos cuestionamientos, a sus posteos.

En relación específicamente a la igualdad de género, y tomando a las tres cuentas en su conjunto: el 80% de los posteos se expresó en contra de la misma, y el restante 20% mantuvo una posición equidistante del tema; ninguna cuenta se posicionó a favor. Sin embargo, las posiciones son diferentes entre las tres cuentas: Laje, que se presenta a si mismo como un intelectual de los sectores antiderechos, alguien que investiga y estudia sobre el tema desde una posición militante favorable, es quien más intentó una posición equidistante (40%); en



20 Más información: <https://www.frentejuven.org/about-us/>, acceso 8 de noviembre 2019.



Granata, que acaba de ser elegida diputada provincial, es decir no es sólo una activista y opinadora en redes sociales, esta posición se manifestó en el 20% de los posteos; y en el caso del Frente Joven, una cuenta que expresa la posición de un sector militante del activismo conservador, no hubo ningún posteo con una posición equidistante.

Los estereotipos de género propuestos por las tres cuentas fueron tradicionales en el 82% de los casos, en ningún caso apoyaron la igualdad de género; y en el 18% de los posteos no refirieron a estereotipos de género. Y se repitió en este sentido, la proporción del enfoque o posicionamiento frente al tema: nuevamente, el FJ fue uniforme en la promoción de estereotipos de género tradicionales (100%); Granata los propuso en el 80% de los posteos y Laje en el 75%. Es decir, si bien las tres cuentas pertenecen a sectores antiderechos, cada una ocupa un lugar diferente en el debate público: desde posiciones que son fundamentalmente militantes, sin demasiada argumentación ni pretensión de objetividad (FJ) hasta quienes intentan asumir una posición más racional y “objetiva” frente al debate, con mayor argumentación, en este caso ese polo lo ocuparía Laje.

Sobre la veracidad de la información, es casi pareja la información veraz (44%) y la que podría categorizarse como propaganda (48%) —información cierta o falsa presentada con enfoque engañoso—; hay muy pocas noticias falsas (1%) y sólo el 4% de los posteos fueron identificados como teorías conspirativas. No sorprende que la forma propagandística de los posteos sea la predominante, ya que es habitual el discurso manipulatorio de los argumentos en los sectores antiderechos. En relación a la casi paridad con la información veraz, refiere a muchísimos posteos en los que se difundían actividades o hechos concretos sucedidos, no a un punto de vista sobre los mismos.

Sin embargo, fue muy diferente el comportamiento de la cuenta del FJ en este indicador, en relación a las de Laje y Granata: mientras la primera concentró el 90% del total de los posteos identificados como propaganda; entre Laje y Granata promediaron el 42,5%. El FJ duplicó los posteos identificados como propaganda en relación a las otras dos cuentas.

En relación al tipo de comunicación que proponen los posteos, las variables predominantes son que el 52% expresan opinión y el 33% brindan información. Quien más realizó posteos informativos fue Granata (58%); mientras que Laje y FJ fundamentalmente expresaron opiniones: 70% y 62% respectivamente. Que la cuenta de Laje haya sido la más prolífica en opiniones es coherente con la posición de intelectual antiderechos que ocupa que se expresa contundentemente sobre los diversos sucesos que van sucediendo; entendemos también que la predominancia de información en el caso de Granata tiene que ver con una persona que intenta estar presente en el debate público utilizando información ya que quizá aún no dispone de argumentos como para fundamentar sólidamente opiniones debido a su reciente llegada a este debate como comentábamos antes.

No fue posible identificar un posicionamiento claro a favor o en contra de la igualdad de



género en casi la mitad de las imágenes posteadas (49%); del resto: el 38% proponen estereotipos tradicionales de género y el 13% refiere a la igualdad de género, pero para cuestionarla, no para promoverla.

Laje no utilizó en ningún caso imágenes de estereotipos tradicionales de género y usó en 2 casos (33,3%) imágenes de igualdad para ironizar: una que se viralizó de la cantante Miley Cyrus comiendo una torta que dice: “El aborto es un tema de cuidado de la salud”; y otra de una militante feminista mostrando sus pechos a la policía en una marcha. Granata fue quien más usó imágenes de estereotipos a favor de la igualdad de género para criticarlas (66,6%) correspondientes a manifestaciones a favor de la legalización del aborto.

Una cantidad importante de los posts de estas cuentas (70%) usan imágenes (fotos, videos o capturas de pantalla): Granata fue quien más usó fotos y capturas de pantalla (65%) y FJ videos (30%).

HASHTAGS

Los hashtags que analizamos fueron #Aborto, #RelatoVerde y #NoSeráLey. #Aborto fue usado predominantemente por el movimiento feminista y por cuentas institucionales que promueven la igualdad de género y los derechos humanos; esto se observó en el posicionamiento, las imágenes utilizadas y los estereotipos de género propuestos. También fue el hashtag bajo el cual hubo más expresiones en formato informativo y el que difundió más información veraz, y menos propaganda; aunque... También fue el menos popular: se llevó sólo el 3% de los Likes y el 4% de los RT de los tres hashtags.

#RelatoVerde fue usado unánimemente por sectores antiderechos, que con ese hashtag hacían referencia a un posicionamiento que sería “mentiroso” en torno a la legalización del aborto: estos sectores planteaban que los beneficios que la legalización tendría tanto para la salud pública como para los derechos humanos de las mujeres no serían ciertos, como afirma el feminismo. Fue un hashtag bajo el cual los sectores antiderechos expresaron mucho más opiniones —y brindaron menos información— y diseminaron propaganda. También debe decirse que fue de lejos el más popular —se llevó el 82% de los Likes y el 83% de los RT de los tres hashtags analizados—, lo cual evidencia el fuerte activismo en redes sociales de los sectores antiderechos.

Y, #NoSeráLey, si bien fue usado predominantemente por sectores antiderechos, también expresó la posición de personas alineadas con la igualdad de género, como en los ejemplos que siguen:



En relación al posicionamiento específico de cada posteo frente al tema: #RelatoVerde fue un hashtag en el que el total de los posteos (100%) fue contra la igualdad de género y los derechos humanos; en el caso de #NoSeráLey, esta posición se registró en el 85% de los posteos.

#Aborto, en cambio, fue un hashtag mucho más utilizado por el movimiento feminista: el 76% de los posteos estaban a favor de la igualdad de género.

Acorde a esto, sólo en el 20% de los posteos del hashtag #Aborto encontramos una identificación con estereotipos de género tradicionales; mientras que este tipo de estereotipos fueron predominantes (80% de los posteos) en #RelatoVerde y #NoSeráLey.

En relación a las imágenes, y acorde al posicionamiento registrado: el 75% de los posteos que usaron #Aborto tenían imágenes que promovían la igualdad de género. En cambio, en #RelatoVerde y #NoSerá Ley, en promedio, el 56% de las imágenes refuerzan los estereotipos tradicionales de género.

Los posteos analizados bajo el hashtag #Aborto —y que como señalamos en un 76% su posición era favorable a la igualdad de género— fueron mucho más proclives a expresarse en un formato informativo (57% de los posteos) que de opinión (43%).

En cambio, #NoSeráLey y #RelatoVerde —que expresaron, en promedio, en el 92,5% de los casos posiciones contrarias a la igualdad de género— manifestaron predominantemente opiniones: 63% (#NoSeráLey) y 82% (#RelatoVerde). Debe señalarse también que #NoSeráLey es un hashtag que incluyó un porcentaje alto de agresión: 21%. En ambos fue baja la información: 12,5% #NoSeráLey y 14% #RelatoVerde.

En relación a la veracidad de la información, en los hashtags es más amplia la diferencia entre propaganda (55%) e información veraz (35%) que en el análisis de las cuentas. Pero desglosado por hashtags queda en evidencia la mayor utilización de propaganda que de información veraz por parte de los sectores antiderechos: en #RelatoVerde (el hashtag 100% antiderechos), encontramos propaganda en el 83% de los posteos; en #NoSeráLey (85% antiderechos y 15% pro igualdad de género) encontramos propaganda en el 75% de los



posteos; y en #Aborto (que en un 76% fue utilizado para apoyar la igualdad de género) la mayor parte de los posteos pueden ser categorizados como información veraz (65%) y apenas un 4% como propaganda.

Las mujeres fueron quienes más postearon sobre los 2 hashtags antiderechos: fueron el 50% en ambos. Los varones, en cambio, usaron predominantemente el hashtag #RelatoVerde (43%). A su vez, el hashtag #Aborto fue el más usado por cuentas institucionales: el 73,5% de los posteos de este hashtag provenían de este tipo de cuentas.

BIBLIOGRAFÍA

- BRACKE S. Y PATERNOTTE, D., “Desentrañando el pecado del género”, en Bracke, S. y Paternotte, D. (edits) 2017. *¡Habemus Género! La Iglesia Católica e Ideología de Género*. Río de Janeiro: Género y Política en América Latina.
- BRACKE, S. Y PATERNOTTE, D., *¡Habemus Género! La Iglesia Católica e Ideología de Género*. Río de Janeiro: Género y Política en América Latina.
- CORTES, C. E ISAZA, L.. 2017. “Noticias falsas en Internet: la estrategia para combatir la desinformación”. Centro de Estudios en Libertad de Expresión y Acceso a la Información, Universidad de Palermo.
- CHAUÍ, M., 2003. “Fundamentalismo religioso: la cuestión del poder teológico-político” en *Controversias sobre civilización, imperio y ciudadanía. Filosofía política contemporánea*. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO).
- GARBAGNOLI, S., “Contra la herejía de la inmanencia: el ‘género’ según el Vaticano como nuevo recurso retórico contra la desnaturalización del orden sexual” en Bracke, S. y Paternotte, D. (edits). *¡Habemus género! La Iglesia Católica e Ideología de Género- Textos seleccionados*. Género y Política en América Latina.
- GEMRIP 2019, “Todo lo que siempre quisiste saber sobre ‘la ideología de género’”. Santiago de Chile.
- GONZÁLEZ VÉLEZ, A. Y CASTRO, L., “Colombia: educación sexual, diversidad y paz: el entramado de la ‘ideología de género’” en Gonzalez Velez, A. et al 2018 *Develando la retórica del miedo de los fundamentalismos. La Campaña “Con Mis Hijos No Te Metas” en Colombia, Ecuador y Perú*. Lima: Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán.
- MALLIMACI, F.; GIMÉNEZ BÉLIVEAU, V.; ESQUIVEL, J.C. & IRRAZÁBAL, G., 2019 *Sociedad y Religión en Movimiento. Segunda Encuesta Nacional sobre Creencias y Actitudes Religiosas en la Argentina*. Informe de Investigación, n° 25. Buenos Aires: CEIL-CONICET.
- MARCOS, S. 2012 *Religión y género*. Madrid: Editorial Trotta.
- ROBERTO, M. 2019 *Fundamentalismos religiosos y Estado Laico*. Material inédito sin publicar, cedido por la autora.
- RODRÍGUEZ ZAHAR, L. “El fundamentalismo religioso y el Estado en el siglo XX”, en *Revista Mexicana de Política Exterior*. México.
- WYNARCZYK, H. 2010 *Sal y luz a las naciones. Evangélicos y política en la Argentina*. Buenos Aires: Instituto Di Tella-Siglo XXI.

AUTORAS

SANDRA CHAHER: Periodista y Licenciada en Ciencias de la Comunicación (Universidad de Buenos Aires), con Especialización en Género y Derecho (UBA). Presidenta de la Asociación Civil Comunicación para la Igualdad y directora del Diploma de Comunicación, Género y Derechos Humanos dictado por Comunicación para la Igualdad con co-certificación de la Comisión Interamericana de Mujeres (CIM) de la Organización de Estados Americanos (OEA). Docente de la Universidad Nacional de Buenos Aires y de la Universidad Nacional de General Sarmiento. Compiló y editó los libros *Las palabras tienen sexo. Introducción a un periodismo con perspectiva de género* (2007); *Las palabras tienen sexo II. Herramientas para un periodismo de género* (2010); *Políticas públicas de comunicación y género: Un camino por recorrer* (2014); *Ellas tienen derechos -¿Cómo se expresaron los medios de comunicación de Argentina sobre los asesinatos de Ángeles Rawson, Melina Romero y Lola Chomnalez?-* (2015); *Políticas públicas de comunicación y género: entre andares y retrocesos* (2016); *Violencia de género y Políticas Públicas de Comunicación* (2016); *Comunicación, género y derechos humanos* (2016); *Argentina: medios de comunicación y género- Hemos cumplido con la Plataforma de Acción de Beijing?* (2018); “Políticas de comunicación y género en América Latina: cerrando un ciclo” (2018); *Organizaciones de medios y género* (2018) y *Sector Publicitario y Género* (2019).

CLAUDIA FLORENTIN: Periodista. Teóloga. Especializada en género, cambio climático y medio ambiente. Actualmente cursa el Master en Comunicación institucional y empresarial en la escuela de Negocios de Barcelona. Miembro fundadora de la Red PAR-Periodistas de Argentina en Red para una Comunicación no sexista-. Miembro de la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC) y de AWID (Asociación Mundial para los Derechos y Desarrollo de las Mujeres). Integrante de GAMAG (Alianza Global en Medios y Género). Coordinadora desde 2005 del GMMP-Monitoreo Global de Medios y Género de la WACC en Cono Sur/Argentina. Co-autora de: *Herramientas de aprendizaje para un periodismo de género-ético y políticas en las empresas editoriales* (FIP y WACC). Se desempeña actualmente como editora y directora adjunta de la Agencia Latinoamericana y Caribeña de Comunicación (ALC Noticias).

MARCELA GABIOUD: Magister en Relaciones Económicas Internacionales por la Universidad Nacional de La Matanza. Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Buenos Aires. Especialista en temáticas de género y comunicación. Docente universitaria desde 2003. Integrante del equipo de Capacitación de la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual desde 2014. Coordinadora del Proyecto de Monitoreo Global de



Medios, en Argentina, de la Asociación Mundial de Comunicación Cristiana (WACC). Integrante de la Red PAR-Periodistas de Argentina en Red para una Comunicación no sexista-. Colaboradora en la publicación “Exclusión e Inclusión” de la Delegación de Asociaciones Israelitas de la Argentina. Compiladora del Manual Hacia un periodismo con conciencia de género. Colaboradora en la elaboración del KIT de herramientas por una comunicación no sexista -de la WACC y la Federación Internacional de Periodistas-. Actual Vice presidenta Regional de WACC América Latina. Secretaria de la Agencia Latinoamericana y Caribeña de Comunicación.

La Asociación Civil Comunicación para la Igualdad es una organización sin fines de lucro cuyo objetivo es la promoción de la igualdad y diversidad de género en la comunicación. Sus áreas de trabajo son la capacitación, investigación, incidencia y asesoramiento, acciones que se realizan desde el paradigma de los derechos humanos.

www.comunicarigualdad.com.ar

