

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y
SOCIALES**

**TESIS DE
MAESTRÍA EN ESTUDIOS
LATINOAMERICANOS**

**La comunicación para la incidencia de la Campaña
Nacional por el Derecho al Aborto Seguro, Legal y Gratuito**

Maestranda: Lic. M. Jimena Marin

Directora: Dra. Valeria Fernández Hasan

Co-directora: Dra. Ana Soledad Gil

Mendoza, agosto de 2023

Dedicatoria

A Romina, mi historia, mi identidad y mi todo

A Darío, amor, sostén, compañero y cómplice

A mi bruja madre, voz interna, confianza e intuición

A Marisa, ejemplo, fuerza y amor incondicional

A Valeria y Soledad, brújulas en la marea teórico-metodológica

amigas en el “ramito” de la vida

Agradecimientos

A mi red potente e imprescindible,
de brujas y guías, de abrazos y abrigo, de lágrimas y risas.

A mi compañera eterna y fiel, mi Mafalda del amor.

Al feminismo que visibiliza, cuestiona y construye

A las pioneras y a las pibas de la marea

A la Universidad Pública

A los derechos ganados por y para el pueblo

A los 40 años de Democracia

Y a mí

Nadie se salva en soledad y no valdría esta vida hacerlo.

Donde hayan opresiones,
desigualdades y violencias
nacerán feminismos
y feministas ...
No hay modo,
no hay manera
de que sea charco esta marea
de que sea susurro este grito
que sea silencio esta verdad,
nosotras no nos vamos más,
no callamos más,
no seremos nunca menos,
no ven que ni la muerte
nos desaparece,
no ven que cientos
de años de hoguera
no nos quitó lo brujas,
no ven cómo crecen
nuestras banderas
nuestras estrategias
nuestras redes,
no ven que nunca nos fuimos
llevamos una vigilia eterna,
no lo ven
no es charco esta marea
que no habrá alegato
que pueda opacarnos
la alegría.
Nada ni nadie
contra nuestros derechos
y nuestras alegrías.
Nada ni nadie.

Marianela Saavedra

Índice

Introducción	1
Capítulo 1: Estudios de Comunicación y Género: acerca de la genealogía del campo, la relación con la agenda feminista y las políticas comunicacionales	7
1.1 Encuentros y desencuentros de los estudios de género y de comunicación en Argentina	11
1.1.1 Producciones en el campo de los estudios de género	11
1.1.2 Producciones en el campo de los estudios de comunicación	13
1.2 La Sección J de Beijing	15
1.3 Políticas de Comunicación: Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual	17
1.4 Agenda feminista y agenda mediática	21
1.5 El derecho a decidir en los medios	24
1.6 Observatorio de medios y análisis de casos sobre el aborto	26
1.6.1 Monitoreos: Las mujeres y sus derechos en los medios en la actualidad	28
Capítulo 2: Medios de comunicación e Incidencia	32
2.1 De hegemonía y contrahegemonía: el periodismo en la lucha por la construcción de sentidos	32
2.1.1 Periodismo hegemónico, periodismo de mercado	33
2.1.2 Periodismo contrahegemónico, periodismo alternativo	36
2.2 Comunicación con perspectiva de género y periodismo feminista	40
2.3 Comunicación para la Incidencia	43
2.3.1 Redes de periodistas y comunicadores/as en América Latina	44
2.4 Tecnologías de Información y Comunicación y Ciberactivismo	46
2.4.1 Ciberfeminismo	48
2.4.2 En Argentina	49
2.4.2.1 Hitos de incidencia en redes sociales de Argentina	52
Capítulo 3: Salud sexual y reproductiva como derecho humano	57
3.1 Derechos sexuales y reproductivos en el cuerpo “no hegemónico”	60
3.2 DDSSyRR en Argentina	63
3.3 El Derecho a decidir	67
Capítulo 4: La Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito	74
4.1 Movimientos de Mujeres	74
4.2 Dora Coledesky y la Comisión por el Derecho al Aborto	75
4.3 ENM y Rosario 2003	77
4.4 Campaña Nacional por el Derecho al Aborto	80
4.4.1 Primer proyecto al Congreso (2007)	83
4.5 Kirchnerismo, cabildeo y fallo FAL	84
4.6 Diez años: cinco proyectos, ningún tratamiento	87
4.7 Ni muertas ni presas: Libertad para Belén	88
4.8 2018, en marea verde	89
4.8.1 De las calles a las redes y a las bancas	94
4.8.2 El no del Senado	99

4.9 De promesas electorales a acciones	102
Capítulo 5: Marco Teórico- Metodológico. Caja de herramientas	110
5.1 Teoría Feminista del Punto de Vista	110
5.2 Sobre la categoría de género como herramienta para la investigación	113
5.3 Comunicación para la incidencia	117
5.3.1 Comunicación para la incidencia y políticas públicas	119
5.3.2 Axiomas básicos de la comunicación para la incidencia	123
5.3.3 Redes sociales para la incidencia	124
5.3.4 Redes sociales mediadas por TIC	127
5.3.5 Medición de la incidencia en redes sociales	128
5.3.6 Periodismo como herramienta de comunicación para la incidencia	130
5.4 Análisis social del discurso	132
5.5 Decisiones metodológicas: estrategias y técnicas de análisis de los discursos de la Campaña. La incidencia en el discurso social argentino	141
Capítulo 6: 2018, la despenalización social	144
Análisis de los momentos claves	145
6.1 Presentación del 7mo proyecto de ley de la Campaña en el Congreso Nacional	145
6.2 Disertaciones en Comisiones de la Cámara de Diputados	153
6.2.1 Disertaciones a analizar	160
6.3 Debate y sanción inicial en la Cámara de Diputados	169
6.3.1. Disertaciones a analizar	172
6.4 Disertaciones en Comisiones de la Cámara de Senadores	180
6.4.1 Disertaciones a analizar	189
6.4.2 Microinformativos	201
6.5 Debate y votación negativa en el Senado	203
6.5.1 Disertaciones a analizar	207
Capítulo 7: 2020, el año de la sanción	227
7.1 Noviembre	228
7.1.1 Presentación del Proyecto del Poder Ejecutivo	228
7.1.2 Antesala del debate del proyecto IVE el en el Congreso	235
7.2 Diciembre de 2020: Debate y sanción	242
7.2.1 Comunicados	246
7.2.2 Contenido audiovisual	251
Conclusiones finales	259
Estrategias de análisis del discurso y comunicación para la incidencia desplegadas	261
Hallazgos protagonistas: ciberfeminismo y narrativa hashtag	269
Nuevos interrogantes	271
Fuentes utilizadas	273
Bibliografía	274
Anexos	282
Planilla de recolección de datos en redes sociales	282

Introducción

Los movimientos de mujeres y disidencias en la Argentina se han constituido en modelo a seguir por los feminismos del mundo, así como por otros movimientos sociales y populares que bregan por la generación y protección de derechos y la intervención de los estados en la prevención y sanción ante distintas modalidades de discriminación y violencia. Puntualmente, en el siglo XXI, el activismo en Argentina por la visibilización y defensa de los derechos sexuales y (no) reproductivos, y especialmente por la legalización del aborto, se hace mucho más potente, impulsado por los feminismos organizados y en debate anual y federal, desde 1986, en los Encuentros Nacionales de Mujeres (actualmente denominados de otro modo). Los derechos alcanzados a partir del retorno democrático por mujeres y disidencias, que ubica a nuestro país como pionero en el mundo, son múltiples y evidencian la incidencia de dichos movimientos sobre el Estado y sus políticas públicas. Sin embargo, la discusión sobre el aborto clandestino y la urgencia de ser abordado por el Estado como un tema fundamental en la agenda de salud, resultó completamente vedado por más de 35 años. En este contexto de ocultamiento de la temática, con consecuencias concretas sobre la vida, la salud, la autonomía y la libertad de las mujeres y los cuerpos gestantes, surgió la *Campaña por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito* en 2005, con el objetivo de incidir en el discurso social y promover políticas públicas que garantizaran la educación sexual integral, el acceso a anticonceptivos y, finalmente, la legalización y despenalización del aborto.

Esta investigación parte, en 2015, de un profundo interés por analizar el accionar político-comunicacional de este colectivo feminista y su incidencia sobre el discurso social argentino, a 10 años de su origen. Para ello nos ubicamos en el campo de estudio que se dedica a las relaciones y tensiones entre las ciencias de la comunicación y la perspectiva de género. No obstante, consideramos relevante detallar en este punto las modificaciones que, debido a hechos coyunturales, sufrió el objeto teórico a lo largo de la investigación y cómo finalmente quedó construido en términos bachelardianos.

Como postulamos, inicialmente buscábamos evaluar los diversos recursos comunicacionales planificados y desarrollados por la *Campaña Nacional por el Derecho al Aborto* para instalar el tema en la agenda pública, así como sus repercusiones en ámbitos concretos como el discurso mediático, el discurso legislativo, el discurso judicial y el discurso social. En ese momento, el planteo de la investigación se basó en identificar las estrategias de comunicación para la incidencia utilizadas por la *Campaña* para visibilizar en el discurso público la problemática del aborto clandestino en la Argentina, a partir de su abordaje en los medios de comunicación hegemónicos, en la construcción de sentido

generada en publicaciones en redes sociales y, en el ámbito legislativo, a partir de la presentación de proyectos de ley impulsando la legalización y despenalización del aborto por plazos. El marco temporal seleccionado para esa propuesta inicial consistía en los 10 primeros años de historia de la *Campaña* (2005-2015).

Mientras la investigación se llevaba adelante en su desarrollo teórico e histórico, la coyuntura político-social dio un giro determinante en 2018, cuando la lucha feminista y el crecimiento de la marea verde habilitó, junto al reclamo por la legalización del aborto, otros procesos significativos tales como la no implementación de la educación sexual integral, debates en torno al lenguaje no sexista, escraches y visibilización de diversos abusos sexuales sufridos por figuras reconocidas (en Argentina y el mundo), etc. Ante esto, resultó evidente la necesidad de realizar rectificaciones al objeto teórico que dieran cuenta de que nuestras preguntas se ajustaban a los cambios históricos del nuevo momento. El ingreso al debate televisivo y, simultáneamente, la viralización en redes sociales de la urgencia por tratar la legalización del aborto en el Congreso, seguido del aval del Poder Ejecutivo para que el séptimo proyecto de ley presentado por la *Campaña Nacional por el Derecho al Aborto* en el Congreso sea discutido y su efectivo debate en las cámaras legislativas, abrió nuevas preguntas, objetivos y marco temporal para el corpus a estudiar en la investigación. No obstante, este no fue el único cambio que impactó sobre este proyecto.

La investigación seguía en curso, sin haber llegado aún al análisis cualitativo del corpus seleccionado, cuando el debate y sanción de la Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo en diciembre de 2020 volvió a exigir importantes modificaciones. Ante ello, nuestro proyecto tuvo que ser nuevamente reorientado y nuestro objeto de investigación, a la manera bourdiana, “rectificado” (Bourdieu, 2002). De esta manera es como, finalmente, nos focalizamos en las estrategias y recursos de comunicación para la incidencia en los discursos planificados y desplegados por la *Campaña Nacional por el Derecho al Aborto* en 2018 y 2020, para instalar y posicionar la temática en el discurso social argentino y, en términos de acción política, lograr la concreción de la sanción de la Ley IVE.

Otra de las rectificaciones más importantes en la construcción del objeto realizada a partir de la definición del corpus y su instancia de análisis resultó en la selección de las unidades de análisis que, inicialmente, habían sido pensadas como los artículos y comunicados publicados en el sitio web de la *Campaña Nacional por el Derecho al Aborto*, junto a algunas de sus publicaciones en redes sociales. Ahora bien, llegado el momento de observación, el sitio se encontró fuera de línea, impidiendo su uso efectivo. Por eso optamos por trabajar solamente con los posteos presentes en redes sociales. En este punto, un nuevo obstáculo técnico se hizo presente. Tanto *Facebook* como *Instagram* carecen de herramientas de búsqueda temporal en sus interfaces y resultó imposible acceder a publicaciones tan añejas con la técnica de *scrolleo* (deslizar la pantalla de modo

vertical, hacia adelante o hacia atrás), hasta 2018. Por este motivo, decidimos estudiar durante los momentos seleccionados de 2018 solamente las piezas comunicacionales presentes en *Twitter* (que sí cuenta con herramientas de búsqueda eficaces) e incorporar, en 2020, las publicaciones de *Instagram* al análisis (que ya resultaban accesibles mediante *scrolleo*, ante la mayor cercanía temporal (sumado a que, posteriormente a la sanción, la cantidad de posteos en dicha cuenta se redujeron significativamente).

Como consecuencia, durante 2018 estudiamos momentos concretos y determinantes para nuestro objeto de estudio tales como la jornada de presentación del séptimo proyecto de ley de la *Campaña* en el Congreso, las disertaciones en comisiones de Diputados y Senadores, y su posterior debate en ambas cámaras, con su resultado negativo final. En tanto que, en 2020, dada la brevedad en la que acontecieron los hechos, nos centramos en el periodo comprendido entre la presentación del proyecto de interrupción voluntaria del embarazo elaborado por el Poder Ejecutivo en el Congreso y la definitiva sanción del mismo, que ocurrió en el último mes y medio de este año.

Finalmente, definido el corpus en su marco temporal, trabajamos dichas unidades de análisis a partir de las herramientas de la comunicación para la incidencia, principalmente, y también a partir de las categorías del análisis social y crítico del discurso y el aporte de algunas herramientas de medición y análisis de redes sociales.

Por una parte, apelamos a la comunicación para la incidencia dado que comprende las acciones y estrategias llevadas adelante desde organizaciones sociales y comunitarias que se dirigen a influir y participar de la agenda pública, proponiendo temáticas, políticas, planes o medidas ligadas a sus intereses particulares (Cicalese, 2013). Se trata de un proceso comunicacional “desde abajo hacia arriba”, con fines concretos de transformación social a partir de la generación, mejora o rectificación de políticas públicas. Nos enfocamos, dentro de estas acciones políticas, en el ciberfeminismo y el valor del uso de las redes sociales. Apuntamos, además, a evaluar la eficacia de la comunicación para la incidencia llevada adelante por la *Campaña*, la cual puede ser medida a partir del grado de visibilidad y posicionamiento en la opinión pública de una propuesta, resultado de las estrategias comunicacionales, y por el grado de concreción de dicha propuesta en la negociación con las instancias públicas, en tanto logro de acción política.

En tanto que también hicimos uso del análisis social y crítico del discurso, el cual considera al lenguaje en cuanto forma de práctica social, vinculada a sus condiciones sociales de producción y a su marco de producción institucional, ideológica cultural e histórico-coyuntural y se centra en los modos en los que la dominación política y social se reproduce a través de los textos, en los modos en que se disputa y dirime la lucha por los sentidos sociales (Voloshinov, 2009). Nos habilita, en definitiva, a asumir una posición más cuestionadora de la realidad circundante, permitiéndonos dilucidar cómo a través de

discursos sociales de resistencia se puede objetar, erosionar y hasta romper con los discursos dominantes que reproducen formas de abuso de poder y desigualdad, de manera de sostener el *status quo* del sector que representan. Para ello hicimos uso de categorías postuladas por Voloshinov/Bajtin (1982; 2009), tales como discurso ajeno/referido, interdiscursividad, valoraciones y adjetivaciones. Asimismo, analizamos el corpus a la luz de las categorías de lo decible global, umbrales de decibilidad y dominante discursiva de Angenot (2010), así como atendimos a las huellas de producción y los/as destinatarios/as del discurso, propio de Verón (1987).

Nuestro supuesto de partida postula que la *Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito* incidió efectivamente en el discurso social argentino, instalando la problemática de la despenalización/legalización del aborto a través de distintas estrategias y acciones del proceso de comunicación para la incidencia, entre las que se destacó el uso de las redes sociales. El objetivo principal de la investigación, en tanto, consiste en elaborar un diagnóstico del proceso de comunicación para la incidencia llevado adelante por la *Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito* en el discurso social argentino durante 2018 y 2020. Para ello, los objetivos específicos son:

- Describir las estrategias discursivas de la *Campaña Nacional por el Derecho al Aborto*: mensajes y consignas, enunciadores/as, destinatarios/as, componentes del discurso, formatos discursivos, entidades de enunciación, soportes, etc.
- Analizar la visibilización y reconocimiento de la *Campaña*: su mensaje, consignas, identificaciones y objetivos, su uso de redes sociales (*on line*) y del espacio público (*offline*).
- Identificar la efectividad del logro de las acciones políticas en el proceso de incidencia de la *Campaña* en el discurso social, en sus distintas aristas: social-tecnológico y legislativo.

En cuanto al recorrido que proponemos en esta investigación, podemos adelantar que consiste en una introducción, siete capítulos, conclusiones, fuentes, apartado bibliográfico y anexos.

En el primer capítulo: “Estudios de Comunicación y Género: acerca de la genealogía del campo, la relación con la agenda feminista y las políticas comunicacionales”, nos detenemos en el cruce existente entre los estudios en comunicación y la perspectiva de género (Elizalde, 2007; M. Mattelart, 1971; Chaheer, 2007; Laudano, 2010), para lo cual abordamos la genealogía del campo y la relación con la agenda feminista y las políticas comunicacionales (Elizalde, 2007; Rovetto, 2011; Fernández Hasan, 2006/2007/2016; Gil, 2012/2013/2016; Mongaburo, Moragas y Pérez, 2013).

En el segundo capítulo, “Medios de comunicación e Incidencia”, examinamos el rol de los medios de comunicación (De Moraes, 2011; Ramonet, 2013; Rodríguez Esperón;

2004; Vinelli, 2004/2018) y las redes de periodistas en el tratamiento de noticias sobre los derechos de las mujeres y, puntualmente, sobre su autonomía y derecho a decidir (el concepto de comunicación para la incidencia (Chaher, 2007; Laudano, 2018; Fernández Hasan, 2009/2012). Abordamos también el concepto de incidencia y sus principales herramientas y recursos de acción (Cicalese, 2013; Chaher, 2010; Fernández Hasan, 2016), así como las acciones de ciberfeminismo y la utilización de las redes sociales para el desarrollo y potencialidad del mismo (Natansohn, 2013; Laudano, 2018/2019/2021; Fernández Hasan, 2009/2011; Boix; 2006).

En el capítulo tres, “Salud sexual y reproductiva como derecho humano”, nos enfocamos en el concepto de salud sexual y (no) reproductiva como derecho humano, así como en la historia de su legislación en la Argentina. Específicamente, trabajamos en lo referido al derecho a decidir sobre el propio cuerpo y la negación por parte del estado argentino de abordar la despenalización y legalización del aborto en el Congreso, durante más de 35 años de sistema democrático (Facio, 2002; Levín, 2003; Fernández, 1993; Ciriza, 2005/2007; Anzorena, 2013; Ferrara, 2016; Brown, 2004).

Por su parte, en el capítulo cuatro, “La Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito”, el relato gira en torno a la genealogía de los movimientos de mujeres en nuestro país, centrándonos en la historia de la *Campaña por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito*. La narración se detiene en su origen y antecedentes, sus fundadoras, sus lemas, su símbolo identitario, su modo de organización, su sostenimiento, crecimiento y expansión en el tiempo, la sucesión de proyectos de ley generados, sus acciones políticas y de incidencia sucedidos desde 2005 a 2020 (Ciriza, 2013; Tesoreiro, 2012; Alcaraz, 2018; Rosemberg, 2005/2014; Chavez, 2012; Alma y Lorenzo, 2013; Anzorena y Zurbriggen, 2013; Fernández Hasan y Gil, 2019; Laudano, 2018/2019; Gutiérrez, 1998/2019).

En el quinto capítulo, “Marco Teórico- Metodológico. Caja de herramientas”, presentamos los recursos metodológicos con los que trabajamos el corpus seleccionado. Explicitamos el posicionamiento desde la epistemología feminista y, específicamente, desde la Teoría del Punto de vista (Harding, 1986, 1998; Haraway, 1995; Smith, 2012), a partir de la cual definimos la categoría género (Haraway, 1991; Scott, 1940/1993; Lamas, 1994; de Beauvoir, 1949/1952) y sus implicancias socio-culturales, como una herramienta fundamental que atraviesa y posibilita comprender la historia de la *Campaña por el Derecho al Aborto*. Asimismo, recurrimos a la Comunicación para la incidencia ante el interés de esta investigación de determinar el rol de la *Campaña* en instalar en el discurso social argentino la importancia y la urgencia de alcanzar el derecho al aborto como política pública (Cicalese, 2013; Uranga 2019; Kelly, 2013; Rinaldi, 2013) En necesaria vinculación con dichas estrategias de comunicación para la incidencia, hacemos uso también de

herramientas de medición y análisis de redes sociales, propias de áreas del marketing y la publicidad, que nos permiten acceder a datos concretos para el análisis cualitativo propuesto (Shleyner, 2021; Tomas, 2019). Y, finalmente, acudimos al análisis crítico y social del discurso para, a la luz de sus categorías y posicionamiento, examinar estas estrategias comunicacionales y acciones políticas (Bajtin, 1982; Voloshinov, 2009; Angenot, 2010; Verón, 1987/1993).

Finalmente, en los capítulos seis, “2018, la despenalización social”, y siete, “2020, el año de la sanción”, exponemos los resultados del análisis concreto y detallado de las estrategias de comunicación y acción política llevadas adelante por la *Campaña*. En el sexto capítulo trabajamos el periodo 2018, en sus cinco momentos de observación (definidos previamente) y, en el séptimo, abordamos el periodo completo de 2020 seleccionado. Cada uno de los capítulos presenta conclusiones parciales del corpus examinado.

De este modo, llegamos al final de esta investigación presentando las conclusiones y/o hallazgos finales obtenidos, en una instancia de comparación de las estrategias desplegadas en ambos periodos y, también, mediante la síntesis de otras conclusiones relevantes relacionadas con el marco teórico-metodológico aquí trabajado junto a una serie de nuevos interrogantes que se abren ante una etapa de necesaria incidencia de los movimientos de mujeres y la *Campaña* para garantizar la efectiva implementación de la ley, entre otras causas de movilización y lucha.

Capítulo 1: Estudios de Comunicación y Género: acerca de la genealogía del campo, la relación con la agenda feminista y las políticas comunicacionales

Para los fines de esta investigación consideramos oportuno detenernos en el cruce existente entre los estudios en comunicación y la mirada de género, ámbitos que se presentan en gran auge en el presente.

Silvia Elizalde (2007) plantea que tanto en el campo de los estudios de comunicación como en el de los estudios de género se han producido debates recurrentes respecto de las fronteras de sus propósitos, técnicas y objetos. Y, agrega, que las discusiones en dichos escenarios

comparten cierto interés por historizar los procesos que han acompañado su institucionalización, tanto en las universidades y centros de estudio, como en el mercado editorial y los subproductos de la industria cultural que abarcan el “mundo de las ideas”, pero sobre todo, que colaboran de modo efectivo en la producción y reproducción de “expertos/as”, “especialistas” y voceros/as del conocimiento “serio” en los dispositivos mediáticos y tecnoculturales del presente (Elizalde, 2007: 1).

Vale entonces destacar que, desde hace años, ha sido preocupación sostenida de las mujeres y de los movimientos feministas, el rol que desempeñan los medios de comunicación respecto de sus derechos, representaciones, estereotipos sexistas, etc.

Sobre este vínculo diremos que a lo largo del siglo XX, los Estudios de la Mujer comenzaron a incorporarse a la academia, particularmente, a las ciencias sociales. Estos estudios tendieron a la visibilización de las mujeres, cuya historia había sido ocultada por muchos siglos de hegemonía masculina. En este sentido, existieron dos líneas de trabajo, una revisionista, destinada a recuperar el saber sobre las mujeres a lo largo de la historia, y otra, sobre el análisis de su rol en la sociedad. Según explica Sandra Chaheer, en esa última línea se insertó el estudio de los medios de comunicación ya que

uno de los aspectos más importantes para el análisis fue la imagen que la sociedad construía de las mujeres, y allí se volvieron cruciales los medios masivos, considerados una instancia fundamental de socialización junto con la familia y la escuela (2007: 95).

Dice la autora que las investigadoras en sus análisis se encontraron con dos grandes estereotipos que aún perduran: el tradicional, una mujer vinculada fundamentalmente al ámbito de lo privado, guardiana del hogar y la familia “pero a la vez causa de perdición de varones a los que se les permite un descontrol de los instintos que a ellas se les niega” (2007: 96). En definitiva, en los medios de comunicación las mujeres no son voz autorizada y el ámbito del hogar y privado no se valora.

Como resultado de estos análisis, la inquietud se focalizó en comprender si sería posible que los medios mostraran la vida real de las mujeres siendo que ellas no ocupaban un lugar importante ni en los contenidos ni en la producción de las noticias. Surge así en la

agenda feminista el objetivo de lograr paridad en los puestos directivos dentro de los medios (Chaher, 2007: 96). Esto aún hoy es una deuda pendiente. Actualmente, a nivel mundial, de las notas informativas en los diarios y en programas informativos en la televisión y la radio, únicamente 35% lo reportan mujeres (GMMP-WACC, 2020).

Sobre las fases de investigación, la relación entre estudios de género/feminismo y los medios de comunicación, tuvo diferentes etapas, impulsadas por enfoques y disciplinas tan diversas como la semiótica, el análisis filmico, la sociología, el psicoanálisis o la teoría literaria. Claudia Laudano (2010) marca tres perspectivas distintivas desde donde se problematiza la relación entre medios de comunicación y sujetos “mujeres” en las últimas décadas.

Al respecto, la bibliografía específica coincide en ubicar como primeras experiencias a las acontecidas en las décadas del 60 y 70. Según Chaher (2007), estas primeras acciones hicieron eje en la crítica y denuncia de los contenidos de los medios masivos y los resultados no fueron positivos, dado que los directivos de los medios recibieron con desagrado las críticas. Tampoco hubo eco entre la mayoría de las mujeres, ya que se criticaban productos que ellas consumían masivamente, como telenovelas o revistas femeninas. Con todo ello se produjo entonces una fuerte corriente de comunicación alternativa.

Por su parte, sobre esta etapa de estudios, dice Laudano que, en consonancia con las corrientes teóricas que predominaban en la época, cuya centralidad estaba puesta en los *efectos* de los mensajes de los medios sobre las audiencias,

los análisis feministas se centraron en el estudio de las representaciones de los medios y en particular de las revistas femeninas como espacios privilegiados de reproducción de la ideología dominante, incluyendo los esquemas organizadores de la diferencia sexual (2010: 41).

La investigadora marca que fue Michèlle Mattelart la pionera en el análisis de las revistas femeninas, dada su pertenencia a la corriente comunicacional de principios de los años 70 llamada “*Estudios críticos latinoamericanos*” en el Centro de Estudios de la Realidad Nacional de la Universidad Católica de Chile. En un contexto politizado y con Salvador Allende como presidente, Mattelart publicó en marzo de 1971 “*Apuntes sobre lo moderno: una manera de leer la revista femenina ilustrada*”. Dice Laudano que Mattelart desnudó las operaciones ideológicas en las revistas femeninas que fundamentaban los hechos como naturaleza y eternidad, entre otros aspectos que buscaban dilucidar el accionar de la ideología dominante en los medios de comunicación, en relación a las mujeres.

Esta perspectiva de estudio, basada en la corriente de la Escuela de Frankfurt, principalmente, adjudicaba a los medios una capacidad infalible de imposición de sentidos

que se traducía en un determinismo sobre el momento de la recepción, motivo por el cual recibió variadas críticas. Sin embargo, tal como expresa Laudano, significó una intervención fundante respecto del androcentrismo en el campo comunicacional y, como vimos líneas arriba, estimuló la circulación de un variado abanico de medios alternativos de comunicación, realizados por mujeres, con otras miradas y lenguajes, capaces de disputar el sentido hegemónico (2010).

Finalmente, en esta primera etapa y sobre este auge de comunicación alternativa por parte de las mujeres, Chaheer (2007) menciona que el vínculo con los medios masivos tradicionales pasó de la confrontación a la indiferencia, razón por la cual, los medios se desligaron de la responsabilidad social de hablar sobre temas de mujeres y de género, ya que no había presión del movimiento feminista sobre ellos.

Luego de este periodo, Laudano establece un segundo núcleo de debates, organizado desde principios de la década del 80, al problematizar la relación entre producción/emisión y recepción/consumo. Comenzaron fuertemente los estudios de recepción en detrimento del “poder del mensaje”, en clara sintonía con el campo de estudios en comunicación en general que, por esos años, focalizaba sus trabajos y enfoques teóricos en el “poder del/a receptor/a”. Esta mirada fue muy pregnante en América Latina y tuvo como principales exponentes a Jesús Martín Barbero, Guillermo Orozco Gómez y Néstor García Canclini. Los estudios de recepción, básicamente, tienen como principal premisa que, aunque los procesos mediáticos intervienen en la conformación de las memorias e imaginarios sociales, las personas son sujetos activos en todo proceso de comunicación, capaces de conferir usos específicos a los contenidos y sentidos expresados por los medios.

En este contexto dice Laudano que “estos estudios instituyeron un giro considerable en la investigación comunicacional, en tanto permitieron visibilizar que las “sujetas” realizan lecturas singulares en condiciones concretas” (2010: 44-45). Es así que se destaca como investigación pionera, el trabajo realizado por Len Ang (1989) sobre la serie *Watching Dallas*, cuyo éxito la llevó a indagar acerca de los placeres que generaba su visión. Conformó un corpus de 42 cartas escritas por mujeres y estableció, en líneas generales, que el placer aparecía vinculado en principio con las libertades del entretenimiento y de involucrarse con los personajes¹.

¹ En este punto, resulta necesario e imprescindible mencionar a Carole Vance, mentora del culturalismo en los estudios de comunicación y género, quien provee de dos categorías centrales para desarrollar esta mirada: placer y peligro. Al respecto, Vance manifiesta que la sexualidad, en la vida de las mujeres, se desarrolla entre “un terreno de constreñimiento, de represión y peligro, y un terreno de exploración, placer y actuación” (1989:9). La clave del concepto de peligro, la violencia sexual ejercida por los hombres sobre las mujeres, implica mucho más que el daño físico o psicológico real que sufren las víctimas de dicha violencia. Este peligro incluye la amenaza del ataque sexual constante, como potente advertencia del privilegio masculino, limitando los movimientos y el comportamiento de las mujeres: “si el deseo sexual de las mujeres desencadena el ataque masculino, ese deseo no puede manifestarse jamás libre ni espontáneamente, ni en público ni en privado” (Vance, 1989:13). De esta manera, a las mujeres les corresponde la responsabilidad de controlar su propio

Señala Laudano que, en América Latina y dentro de esta perspectiva, diferentes autoras se abocaron al análisis cultural de la recepción y/o el consumo de telenovelas, como el producto melodramático típico de la región visto por mujeres, especialmente de sectores populares. A modo de balance, la investigadora asevera que “estos estudios pusieron en circulación una noción de poder ya no exclusivamente mediocéntrica; sino desplazada en parte hacia el sujeto en prácticas concretas de consumo cultural dentro de otras actividades de la vida cotidiana” (2010: 47).

Finalmente, ubicadas en la década del 90, Claudia Laudano explica que, si bien coexisten diferentes perspectivas teóricas, a la vez que los enfoques precedentes continúan vigentes con ciertos ajustes, prefiere recurrir a una perspectiva innovadora acuñada por Angela McRobbie, quien promovió un giro dentro de los estudios culturales británicos, a partir de la constatación de cambios significativos en las clásicas revistas para mujeres y jóvenes. “En torno de las revistas femeninas plantea un enfoque de investigación que reintroduce una perspectiva más sociológica ante el apogeo de los análisis textuales o de corte discursivo” (Laudano, 2010: 49). Respecto de este enfoque, Laudano plantea que tiene como virtud poner en relación las distintas instancias del proceso comunicacional como lo son la producción de sentidos y la recepción, a la vez que entiende que las necesidades de las lectoras son contempladas por las editoras, quienes, al mismo tiempo, son partícipes de transformaciones culturales impulsadas por el feminismo y/o los estudios de género.

Ahora bien, vale decir que un punto problemático de esto reside en que, en general, se tiende a interpretar la incorporación de los cambios culturales a los medios como estrategias de los medios como empresas, en base a sus intereses. Por tanto, este enfoque perdería fuerza crítica. No obstante, resultan sugerentes algunas de las nociones que McRobbie propone, como la de “comunidad imaginada” por las posibilidades que puede tener para la comunicación contrahegemónica. También, la incorporación en el análisis de la economía política de los medios, aun teniendo en cuenta las limitaciones que impone la publicidad.

deseo sexual y su expresión pública. El exceso de énfasis en el peligro limita el placer sexual de las mujeres al espacio privado y el deseo sexual femenino a los campos que la cultura protege y favorece: el matrimonio tradicional y la familia nuclear. Asimismo, el tabú sobre la investigación del placer promueve una teoría sexual abstracta sin relación con la vida cotidiana y la diversidad de sus protagonistas. Tal como en otros campos cuyo objeto de estudio implica las experiencias, la construcción social de la sexualidad, el cuerpo y sus actos, se entiende según los códigos de significación dominantes. A lo cual se suma que han sido hombres quienes han escrito la mayor parte de la literatura sobre sexualidad femenina. Ante esto, la “representación” de ciertas formas de sexualidad femenina en algunas historias de ficción de los medios de comunicación, así como la posibilidad de identificación o antagonismo de las espectadoras con los personajes, brindó mayor visibilidad de la sexualidad de las mujeres. Y también significó otro ámbito de análisis de la relación: peligro/placer sexual, expuesta por Vance.

1.1 Encuentros y desencuentros de los estudios de género y de comunicación en Argentina

Por su parte, Silvia Elizalde se dedicó a explorar y analizar los espacios de intersección, préstamo, reducción y/o contribución recíproca entre el ámbito de los estudios de género y los estudios de comunicación, a partir del relevamiento crítico de trabajos elaborados en uno y otro terreno por investigadores/as argentinos/as, y difundidos en dos circuitos claves de legitimación del conocimiento social especializado: las revistas científicas y las jornadas académicas. Para ello seleccionó como corpus representativo del vínculo a indagar, dos revistas académicas de circulación nacional consagradas a los estudios de género y las actas de resúmenes y ponencias de las Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación, del periodo 1995/6-2006.

El primer núcleo incluye *Mora*, órgano de difusión del Instituto Interdisciplinario de Estudios de Género (IIEGE) de la Facultad de Filosofía y Letras de la UBA (dependencia originariamente denominada Área Interdisciplinaria de Estudios de la Mujer), en sus 12 números de existencia (1995-2006). (...) Comprende, asimismo, la Revista de "Estudios de la Mujer" *La Aljaba. Segunda Época*, publicación conjunta de las universidades nacionales de La Pampa, Luján y Comahue, en sus diez (primeros) volúmenes editados (1996-2006) (Elizalde, 2007: 2).

Entre las observaciones halladas en este estudio, Elizalde (2007) señala que del conjunto de producciones revisadas, solo en dos o tres casos se observa la participación de un/a mismo/a investigador/a en escenarios de divulgación de ambos campos durante el período analizado. En la casi totalidad restante, los/as investigadores/as se autoadscriben a uno de los dos ámbitos y vehiculizan sus trabajos en los órganos de difusión que referencian al mismo. Sin embargo, la autora destaca que "es posible hallar producciones "comunicacionales" en las publicaciones de estudios de género, así como trabajos de y desde el género en los artículos de comunicación" (Elizalde, 2007: 4).

1.1.1 Producciones en el campo de los estudios de género

Respecto de la revista *La Aljaba*, la autora analizó diez volúmenes. Un centenar de artículos orientados a la publicación de tres grandes tipos de trabajos. En primer lugar, análisis históricos, de crítica literaria, cinematográfica e historiográfica sobre documentos y fuentes secundarias de: las representaciones de la mujer y lo femenino en contextos y materiales específicos; la participación, experiencias, testimonios y voces de mujeres "comunes" y "destacadas", así como de colectivos femeninos ocultos por la historia oficial; discursos institucionales referidos a la definición y regulación de prácticas e instituciones sociales organizadas a partir de la diferencia de género (familia, mercado de trabajo, estructura y relaciones de parentesco, espacio público y privado, sexualidad). En este caso, se encuentra la misma cantidad de trabajos que analizan "discursos sobre las

mujeres” y los que exploran los “discursos de las mujeres”. Estos últimos argumentan que la descripción del ser y actuar de las mujeres del discurso histórico oficial siempre ha sido escrito por hombres. Sin embargo, este posicionamiento por momentos cae en una reposición “inclusivista” que sale a la búsqueda de la identidad y la experiencia “esencialmente femeninas”. Mientras, por contraste, también circulan por *La Aljaba* textos que se preocupan por tender puentes hacia otras disciplinas y articular reflexiones sobre el lenguaje, el género y el contexto social que habiliten lazos productivos hacia una perspectiva de la cultura que contenga y destaque la dimensión comunicacional.

Otro de los tipos de artículos de la revista *La Aljaba* gira en torno a reflexiones teóricas sobre el uso del concepto de género y su relación con categorías como mujer, diferencia sexual, relaciones entre los sexos, roles, patriarcado, etc.; relaciones entre feminismos y/o estudios de género y otros campos del saber, en términos de producción epistemológica, teórica e investigativa.

Finalmente, se encuentran trabajos referidos a los vínculos entre las prácticas sociales femeninas y las problemáticas contemporáneas asociadas a la/s mujer/es (condiciones de vida y estrategias de sobrevivencia, derechos laborales, seguridad social, feminización de la pobreza, acceso a la salud, violencia doméstica y sexual, etc). De esta manera, en “toda la producción de *La Aljaba* se advierte una marcada autorreflexividad respecto del propio campo, así como una disposición siempre activa a revisar paradigmas, formas de trabajo, recortes y perspectivas de análisis” (Elizalde, 2007: 11).

Por su parte, de la revista *Mora* la autora analizó otro centenar de artículos, donde advirtió una publicación claramente centrada en la producción y discusión sobre teoría y metodología “feministas”, releídas en clave de los aportes de la filosofía, la historia de las mujeres y la crítica literaria. Asimismo, aunque con menor frecuencia, artículos asociados a otras perspectivas de la crítica cultural, como los análisis semióticos y lingüísticos de soportes de los medios y la industria de la cultura (sobre todo la publicidad y el cine), los estudios queer, el psicoanálisis, la teoría de la argumentación y la sociología de la cultura. Además, encontré técnicas y metodologías rastreables en los artículos, que van del análisis documental de fuentes al ejercicio intelectual de la especulación teórica y del análisis de narrativa al literario y estético. También aquí la mirada está focalizada en la/s “mujer/es” como sujeto/objeto privilegiado de estudio. Finalmente, varios trabajos *resaltan* biografías y aportes de mujeres al mundo de la cultura, así como la difusión de sus concepciones de cuerpo, feminidad y subjetividad, y el análisis de los objetos (periódicos, novelas) y estilos culturales por ellas producidos.

La autora destaca que junto con el cambio de estatuto del espacio institucional que publica *Mora*, en 1996, se promovió la inclusión de un dossier temático con la producción intelectual y política de importantes teóricas del feminismo –como Judith Butler, Rosi

Braidotti, Teresa de Lauretis- cuando sus obras recién empezaban a ser publicadas en español. Asimismo, y desde una nueva “perspectiva de género”, las páginas de *Mora* empiezan a incorporar progresivamente producciones que trabajan transversalmente con el concepto de género en relación con un universo más amplio de temas, como el estudio de las masculinidades, la diversidad sexual y la perspectiva queer.

Elizalde plantea que mientras *La Aljaba* presentó relaciones con el campo de los estudios de la comunicación indirectos y poco evidentes, solo más advertibles en el caso de los trabajos de crítica literaria, en *Mora* las vinculaciones eran escasas pero más expuestas. En esta revista, la autora advierte los siguientes tipos de circunstancias: 1) Cuando el foco del análisis refiere directamente a objetos de la industria cultural, por lo que el trabajo utiliza herramientas del campo de la comunicación; 2) Cuando el interés investigativo está puesto en un objeto no presumible o “evidentemente” comunicacional pero en su estudio se emplean piezas periodísticas como fuentes documentales, en cuyo caso se constata cierta preocupación por caracterizar complejamente a los medios de comunicación en el marco de condiciones históricas, culturales y materiales específicas; 3) Cuando lo que se analizan son producciones de mujeres que son o incluyen objetos mediáticos o de la industria cultural, que también comprenden descripciones analíticas de estos objetos, así como de sus estrategias de tematización/argumentación y 4) Cuando se abordan revisiones teórico-metodológicas sobre alguna dimensión del lenguaje.

Como síntesis del análisis de ambas publicaciones, Elizalde (2007) manifiesta que si bien las vinculaciones con el ámbito de los estudios de comunicación no son abundantes, tampoco son despreciables.

1.1.2 Producciones en el campo de los estudios de comunicación

Elizalde (2007) también analizó en el artículo mencionado las actas de resúmenes y ponencias de las Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación, del periodo 1995/6-2006.

La autora trabajó con un corpus de más de dos mil resúmenes de trabajos publicados en las Actas de las Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación entre 1995 y 2006. Entre los rasgos que más destaca de estos materiales se encuentra una gran amplitud dentro del territorio de lo mediático y del abordaje comunicacional de acontecimientos claves de la historia social y cultural del país. Entre ellos, la autora presenta:

- El pasado y sus actualizaciones: vanguardias sesentistas, dictadura, treinta años del golpe militar.
- Crisis sociales y acción colectiva: Santiagueñazo, movimiento piquetero, fábricas recuperadas, protestas sociales.

- Estilos de gestión gubernamental y matrices culturales: peronismo, menemismo, rodriguezsaadismo.
- Debates legislativos y culturales: violencia social, corrupción, derechos sexuales y reproductivos, inseguridad.
- Acontecimientos puntuales: marchas de Blumberg, Cromagnón, campañas políticas, elecciones de orden local y nacional (Elizalde, 2007: 15).

Respecto de las temáticas abordadas durante el periodo analizado, así como el nombre que dio lugar a cada edición de las Jornadas, la autora manifiesta que dentro de estos ejes se hallan diversos formatos y soportes mediáticos, dinámicas de recepción de medios, prácticas y culturas juveniles, tecnologías de información y comunicación y discusiones sobre las tensiones entre formación, ámbito profesional y regulaciones político-económicas de los medios.

Dentro de estas temáticas, los trabajos que Elizalde menciona como ubicados en el cruce de los estudios de comunicación y de género, dos grupos que clasifica y analiza de la siguiente manera:

1. Producciones dedicadas al trabajo con y sobre los medios de comunicación estudian (en orden de preeminencia):
 - a) Representaciones de la mujer, lo femenino, y el cuerpo de la/as mujer/es en formatos y discursos mediáticos como programas de televisión, telenovelas, revistas, publicidad, cine, mundo del espectáculo;
 - b) Tratamiento periodístico de casos específicos de discriminación, violencia y delitos sexuales, aborto o sociales más amplias que afectan al colectivo de mujeres. Un solo trabajo alude a representaciones y abordaje de medios sobre conflicto con travestis y minorías sexuales;
 - c) Procesos de recepción y usos de medios por parte de las mujeres: testimonio, experiencia y participación de mujeres en formatos televisivos, consumos femeninos y relación entre contenidos de los medios y prácticas cotidianas de las mujeres.

Dentro de este último grupo, Elizalde advierte ponencias que reflexionan sobre las matrices ideológicas que organizan y sostienen las rutinas profesionales y los intereses económicos y políticos de las empresas mediáticas que reproducen prácticas discriminatorias, estigmatizantes y criminalizadoras hacia ciertas personas y colectivos. En estos trabajos se evidencia una vinculación más estrecha con los aportes conceptuales de la teoría de género y feminista.

2. Producciones que exploran la dimensión comunicacional de las prácticas sociales y culturales de actores sociales específicos, analizan (por orden de preeminencia):

- a) Relación entre jóvenes, género y/o sexualidad, en las representaciones juveniles sobre sexualidad, discursos sociales sobre sexualidad juvenil, impacto diferencial de políticas de ajuste en mujeres y varones, usos de TICS e identidades genéricas y sexuales en la web).
- b) Revisiones conceptuales sobre género y diferencia sexual, en tanto espacio de debate sobre “identidades”, desde aportes de otras perspectivas y conceptos (estudios culturales, teoría feminista, referentes teóricos de la comunicación (Habermas, Merlau-Ponty, estudios queer, ciberfeminismo) y en su relación con la formación y el campo de investigación en comunicación.
- c) Vínculo entre mujeres, participación/decisión y políticas públicas.
- d) Otros discursos que aluden a relaciones de género y mujer/es: debates parlamentarios, discurso jurídico (leyes, fallos), declaraciones de funcionarios/as.
- e) Figuras y trayectorias femeninas.

Elizalde concluye, tras este gran análisis, que las fronteras y el entrecruzamiento disciplinar estudiado no son aspectos a resolverse sencillamente y, mucho menos, aislados de su contexto y condiciones concretas de institucionalización de diversos espacios de saber y de la materialidad social, económica, social y cultural en el que se insertan.

Por su mismo carácter transversal, quizás los cruces advertidos en estos diez años de investigación social se resistan a clasificaciones excluyentes y requieran, una vez más, de la construcción colectiva de una mirada capaz de desarticular los conceptos y materiales de sus campos “necesarios” y naturalizados de pertenencia, así como de reponer la interrogación sobre sus alcances ideológicos y su compromiso político (Elizalde, 2007: 18).

1.2 La Sección J de Beijing

En los 90, época signada por la globalización, los avances tecnológicos y la concentración mediática, desde los movimientos de mujeres se gestaron espacios de reflexión – también globales- en los que la comunicación ocupó un lugar central. Consecuentemente, se realizaron diversos encuentros centrados en las mujeres y los medios, siendo el más relevante, la Conferencia Mundial de la Mujer, en septiembre de 1995, en Beijing.

La Sección J de la Plataforma de Beijing es un punto de referencia histórico para pensar la comunicación y la mirada de género. Bajo el título “La mujer y los medios de difusión”, estableció un diagnóstico y una serie de objetivos estratégicos para avanzar en la igualdad entre mujeres y varones, en el ámbito comunicacional. Por ejemplo, en su punto número 236 llamó a suprimir la proyección constante de imágenes negativas y degradantes de la mujer en los medios de comunicación, sean electrónicos, impresos, visuales o sonoros. Los medios impresos y electrónicos de la mayoría de los países no ofrecen, aún en el presente, una imagen equilibrada de los diversos estilos de vida de las mujeres y de

su aportación a la sociedad en un mundo en evolución. Además, los productos violentos y degradantes o pornográficos de los medios de difusión también perjudican a la mujer y su participación en la sociedad. Los programas que insisten en presentar a la mujer en sus papeles tradicionales pueden ser igualmente restrictivos.

Por otro lado, el objetivo estratégico primero de esta Conferencia sostuvo: “aumentar el acceso de la mujer, su participación en la expresión de sus ideas y la adopción de decisiones en los medios de difusión y por conducto de ellos, así como en las nuevas tecnologías de comunicación”, mientras que el número dos refiere a “fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer en los medios de difusión”.

Los objetivos propuestos en la Plataforma de Acción son evaluados cada 5 años desde 1995. Como los resultados no han sido significativamente positivos en ninguna de esas evaluaciones, y con el fin de generar un nuevo modelo de conocimiento y análisis para relacionarse con el mundo mediático, surgieron los monitoreos de medios que, hasta el presente, son una herramienta válida para develar el rol de las mujeres en los medios como sujetos y como productoras de información.

Son muchos, variados y diversos los monitoreos cuyos resultados circulan a nivel mundial. Entre ellos se destaca el Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP, por sus siglas en inglés), puesto en marcha en 1995 por la *World Association for Christian Communication* - Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC)- con el objetivo de hacer una radiografía mundial de cómo representan los medios de comunicación a varones y mujeres, así como quién figura en las noticias, en su triple dimensión de protagonistas, elaboradores/as y contenido de la información. Los informes del monitoreo de la WACC se producen cada 5 años y arrojan datos fundamentales para el estudio de las relaciones entre medios y género, pero también, para la elaboración de acciones y políticas públicas concretas. Estos estudios constituyen las investigaciones más extensas que se han realizado hasta el momento sobre mujeres y medios de comunicación, dado que se producen de forma simultánea en el mismo día en decenas de países bajo el título *Who makes the news* permitiendo visualizar la evolución de la presencia de las mujeres en las noticias (Rovetto, 2011).

Con todo, tal como lo plantean Sánchez Leyva y Reigada Olaizola (2007), a pesar de que han pasado décadas desde que los estudios en comunicación y género comenzaron a consolidarse en la academia, impulsados desde enfoques y disciplinas tan diversas como la semiótica, el análisis fílmico, la sociología, el psicoanálisis o la teoría literaria, aún existen límites y continúan ocupando un lugar marginal en el campo más amplio de la investigación en comunicación, es decir, se repite la lógica que la problemática acerca del género presenta en todos los ámbitos: marginal, secundaria, tangencial, para pocas, o por el

contrario, supuestamente trabajada “transversalmente”, lo que generalmente implica, no trabajada.

En la misma línea reflexiona Fernández Hasan (2007) cuando sostiene respecto a la articulación entre estudios de género/comunicología que el camino es incipiente y no existen aún demasiados antecedentes porque, la mayor articulación está puesta prioritariamente, en la imagen de la mujer en la publicidad, novelas y otros formatos televisivos. Continuaremos analizando esto en los próximos apartados de este capítulo.

1.3 Políticas de Comunicación: Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual

El orden comunicacional en Argentina se encuentra espectacularmente concentrado debido a las políticas de comunicación y marcos “legales” que lo han hecho posible desde 1980. Hasta el año 2009, las frecuencias radioeléctricas estuvieron reguladas por el Decreto Ley N° 22.285/80 impuesto por la última dictadura cívico-militar. Durante la década del 90, el gobierno de turno, en el proceso de profundización del modelo neoliberal, reformó algunos artículos de dicho decreto profundizando la concentración mediática (Gil, 2013).

Los peligros comprendidos en la concentración económica en cualquier rubro, producto de la falta de competitividad, se acrecienta cuando las empresas implicadas son medios de comunicación, dado que se posibilita la existencia de un discurso uniforme, que naturaliza y habilita una única forma de entender el mundo. Se posibilita que los valores que se transmiten sean mostrados como universales, contribuyendo a mantener el orden dominante. En relación a las mujeres y sus derechos, esta situación monopólica favorece el refuerzo de estereotipos sexistas y la reproducción de discursos androcéntricos acordes al orden patriarcal, sin dejar lugar a discursos contrahegemónicos que puedan disputar sentidos en la sociedad (Gil, 2008).

Sin duda, las acciones del Estado y las políticas de comunicación y de cultura que se desplieguen o no, resultan cruciales para transformar o mantener un modelo comunicacional concentrado, androcéntrico, sexista y discriminatorio. Sin embargo, se constata que la brecha entre lo legislado, las acciones y la práctica concreta, aún es difícil de acortar. Ahora bien, tal como sostiene Martín Becerra “los medios operan con una lógica comercial que tiende a oponerse a toda medida que altere el *statu quo*, partiendo del hecho de que esa alteración afectará también, su propio interés corporativo” (2011: 12). Se suma el valor estratégico que tienen los sistemas de comunicación, en una época de mercantilización generalizada, economía globalizada y digitalización, en la vida socioeconómica y política, “tanto para la consolidación o la reversión de consensos” (Moraes, 2011: 43).

Califano, Rossi y Mastrini (2013) en la introducción al libro “*Las políticas de comunicación en el siglo XXI*”, destacan que en los países de América Latina se registró un

desplazamiento en la orientación de los gobiernos hacia lógicas más progresistas y advierten que ello posibilitó la discusión sobre las políticas de comunicación con un lugar asignado impensado desde las lógicas neoliberales. También acentúan que la mirada crítica de la ciudadanía sobre los medios tendió a masificarse en este contexto y que un número creciente de actores políticos y de organizaciones sociales asumió que el campo simbólico es de disputa, dinámico, complejo y que puede ser modificado. De esta manera, ha aumentado la conciencia de que no sólo los medios y las producciones audiovisuales inciden cada vez más en la vida política y en los temas cotidianos, sino también que la organización del sistema medios, así como las políticas que definen su estructura y funcionamiento, se han transformado en un factor determinante para la evolución de las formas de convivencia y la calidad democrática (Califano, Rossi y Mastrini, 2013: 20).

En este marco, en octubre de 2009, fue sancionada en Argentina la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. El debate que propició la aprobación de esta ley nacional hizo visible la pugna de intereses entre los grandes grupos mediáticos, los sectores políticos y sociales vinculados con el *statu quo* y los grupos de académicos/as, periodistas, organizaciones sociales y políticas que apoyaron el cambio.

Soledad Gil (2016) se detiene a señalar el valor del movimiento social, político y cultural que venía trabajando en los años precedentes con el fin de lograr una “ley de la democracia” bajo el nombre “Coalición por una radiodifusión democrática”. Esta multisectorial formada por más de 300 organizaciones sociales, políticas, sindicales, educativas y cooperativas, se constituyó con el objetivo de evitar la concentración e impulsar una ley consensuada. En agosto de 2004 se produjo su lanzamiento con la elaboración de un documento de 21 puntos que sirvió de base, cinco años después, para la elaboración de la mencionada norma, tras una serie de foros que se realizaron por todo el país.

En estos foros, la participación de los movimientos de mujeres, feministas y de periodistas comprometidos/as con la mirada de género hizo posible que, finalmente, el texto de la ley contemplara e incorporara disposiciones contra todo tipo de discriminación, particularmente en referencia al género. Fundamentalmente, el artículo 3, inciso “m” fue un logro de redes de periodistas como PAR – Periodistas de Argentina en Red por una Comunicación no Sexista – y de su participación en las audiencias previas a la aprobación de la norma. El mencionado inciso establece que, para los servicios de comunicación audiovisual y los contenidos de sus emisiones, uno de sus objetivos deberá ser “promover la protección y salvaguarda de la igualdad entre hombres y mujeres, y el tratamiento plural, igualitario y no estereotipado, evitando toda discriminación por género u orientación sexual”.

Asimismo, el artículo 70 señala:

La programación de los servicios previstos en esta ley deberá evitar contenidos que promuevan o inciten tratos discriminatorios basados en la raza, el color, el sexo, la orientación sexual, el idioma, la religión, las opiniones políticas o de cualquier otra índole, el origen nacional o social, la posición económica, el nacimiento, el aspecto físico, la presencia de discapacidades o que menoscaben la dignidad humana o induzcan a comportamientos perjudiciales para el ambiente o para la salud de las personas y la integridad de los niños, niñas o adolescentes (LSCA, 2009).

Mientras que el artículo 71 especifica las leyes que deberán contemplar quienes controlen que los medios no vulneren la nueva Ley. Entre éstas, se encuentran la Ley 26.061, sobre Protección Integral de los Derechos de las Niñas, Niños y Adolescentes, así como de sus normas complementarias y/o modificatorias y de las normas que se dicten para la protección de la salud y de protección ante conductas discriminatorias y la Ley 26.485 de Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres, en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales, también sancionada en el año 2009, y que constituye un avance histórico en materia legal sobre el Derecho Humano de las mujeres a vivir una vida libre de violencias.

La ley 26.485, conocida como Ley contra la violencia de género, avanza sobre los tipos y modalidades de violencia y, entre ellos, incluye a la simbólica y a la mediática. A la primera la define como: “aquella que, a través de patrones estereotipados, mensajes, valores, íconos o signos transmita y reproduzca dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales, naturalizando la subordinación de la mujer en la sociedad”. Y a la segunda como:

aquella publicación o difusión de mensajes e imágenes estereotipados a través de cualquier medio masivo de comunicación, que de manera directa o indirecta promueva la explotación de mujeres o sus imágenes, injurie, difame, discrimine, deshonre, humille o atente contra la dignidad de las mujeres, como así también la utilización de mujeres, adolescentes y niñas en mensajes e imágenes pornográficas, legitimando la desigualdad de trato o construya patrones socioculturales reproductores de la desigualdad o generadores de violencia contra las mujeres (Ley 26.485, 2009).

Es importante que la “ley de medios” referencie a la ley contra la violencia de género ya que esta última no tiene la posibilidad de sancionar la vulneración de los derechos por ella preservados. Se trata de una ley de protección que apunta al cambio simbólico y cultural, pero que no puede operar sobre quienes la infringen. En cambio, la 26.522 sí tiene la posibilidad de sancionar y, por tanto, de que el articulado sobre violencia mediática llegue a efectivizarse.

Desde la sanción de estas leyes ha sido posible visibilizar mensajes, discursos y construcciones mediáticas sexistas y discriminatorias, así como también, la sociedad civil a través de sus organizaciones, ha contado con estas herramientas legales para realizar denuncias a las autoridades correspondientes.

Para una implementación eficaz de la Ley 26.522 se crearon diferentes organismos de contralor, vigilancia y recepción de denuncias por parte de las audiencias, en un intento innovador de potenciar las herramientas disponibles. De este modo, se efectivizaron a partir de ella, la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) y la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual.

La AFSCA, como organismo descentralizado y autárquico, tiene por función aplicar, interpretar y hacer cumplir la ley. Su misión consiste en garantizar el derecho a la información, evitar la formación de monopolios diversificando los prestadores, asegurar frecuencias y espacios audiovisuales para garantizar la pluralidad, fomentar contenidos diversos, incentivar la producción local y abrir y poner en circulación un registro público de prestadores.

La Defensoría del Público, en cambio, se definió como el lugar donde oyentes y televidentes pueden presentar sus consultas, reclamos y denuncias. La LSCA considera que los medios de comunicación son de interés público, que la información es un derecho y, por tanto, el periodismo tiene una responsabilidad social que cumplir. La Defensoría organiza sus tareas en torno de estas premisas básicas.

En 2015, mediante el Decreto 267 se fusiona el AFSCA y el AFTIC (Autoridad Federal de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones), conformando el Ente Nacional de Comunicaciones (Enacom).

Por todo lo expuesto, y tal como sostiene Chiara Boschiero (2012) en su tesis de Maestría *“Derechos Humanos, Género y Medios de comunicación en Argentina: la Ley de Medios analizada desde un enfoque de género”*, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual resulta un ejemplo de política pública en Argentina desde el enfoque de los Derechos Humanos y la perspectiva de género, devenido de un largo proceso de construcción social. Tal como ella manifiesta,

la participación comprometida no se consagró sólo en el texto de la ley, sino también en la movilización popular que acompañó a los debates públicos anteriores a la aprobación, entre los cuales estaban las organizaciones feministas que buscaban defender el enfoque de género (Boschiero, 2012: 4).

Sin embargo, con la llegada a la presidencia de Mauricio Macri, se atacó y judicializó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, apuntando, concretamente, al articulado que implicaba la propiedad de los mismos (que imponía un límite de licencias por persona o grupo económico). Asimismo, se desfinanciaron los organismos de contralor y, por todo ello, gran parte de la población desconoce, en la actualidad, dónde y cómo proceder como audiencia activa que denuncia cuando se vulneran derechos en el ámbito audiovisual.

Gil destaca que

El poder económico y simbólico que aún detentan las grandes empresas de la información, no es fácil de corroer. Por otro lado, las acciones del Estado, frente a producciones mediáticas

que refuerzan la desigualdad de género, son lábiles y no pueden contrarrestar dicho poder (2013, 105).

Cabe decir al respecto, siguiendo a Claudia Anzorena (2013) que

el peso de las relaciones asimétricas entre los géneros y la fuerza de las tradiciones culturales que colocan a las mujeres en el lugar de madres (de sus propios/as hijos/as pero también de los desamparados y las desamparadas por el Estado) impregnan las perspectivas de quienes hacen las políticas públicas en el aparato del Estado.

Es decir, para el caso que nos convoca, aún resta incorporar una mirada de género activa no sólo en las políticas de comunicación y cultura en sí, sino también, en quienes las hacen y ejecutan.

1.4 Agenda feminista y agenda mediática

Si bien es cierto que los medios de comunicación fueron incorporando en sus abordajes y coberturas, poco a poco, temas de mujeres, es preciso diferenciar dichos temas de los que interesan a la agenda feminista. La agenda mediática ha producido, en sus diversos formatos (desde la prensa gráfica a la televisión), secciones y temáticas que denomina “femeninas” y donde reproduce estereotipos respecto de la mujer. De esta manera, ha promovido columnas, programas y hasta canales completos dedicados a cocina, manualidades, diseño de interiores, crianza, salud, moda, espectáculos y chimentos, amor rosa y novelas románticas. En dichas secciones los y las profesionales de los medios se han dirigido abiertamente a las mujeres: “a Doña Rosa”, y/o se han ubicado en la grilla de programación en momentos donde, se esperaba, este público pudiera consumirlos con comodidad. Sin embargo, estos “temas femeninos” nada tienen que ver con los contenidos y las problemáticas que preocupan y ocupan a la agenda feminista. Estos, en cambio, refieren específicamente a las desigualdades que aquejan a mujeres y disidencias sexuales, en su acceso a derechos, en su autonomía, en su desarrollo personal y laboral, etc. Los temas de la agenda feminista aluden a las luchas y desafíos del movimiento de mujeres, lesbianas, trans y personas no binarias, a las problemáticas que les aquejan cotidianamente producto del sistema patriarcal y su promoción de discriminación y violencias. Al respecto, Soledad Gil destaca que si bien algunos temas de la agenda feminista fueron ganando espacio en la agenda de los medios en los últimos años, el tratamiento de los mismos no ha sido el esperado para quienes bregan por la incorporación de la mirada de género en los medios. “Las imágenes de mujeres en los medios masivos no siempre son lo plurales y diversas que son en el mundo de la vida real. Por el contrario, a menudo son simplificadas hasta la distorsión y caricaturización” (Gil, 2013: 104), advierte. Por esta razón, ha resultado relevante para académicas y militantes revisar cómo es este ingreso de los temas urgentes del feminismo a la agenda de los medios. Valeria Fernández Hasan (2016) destaca dos

conclusiones al respecto. Por un lado, la presencia activa de una práctica disruptiva, motorizadora de un tipo de comunicación contrahegemónica, promovida desde la creación y desarrollo de las agencias feministas de noticias y las redes de periodistas de género, así como también por contenidos producidos en portales de noticias on line. Se trata de

ejemplos válidos de contradiscursos feministas, donde agenda feminista y agenda de los medios encuentran un espacio de confluencia propicio para el refuerzo, la publicidad de ideas, el debate, cumpliendo no sólo con su rol de informar sino estableciendo agenda y militando la causa de las mujeres bajo formato periodístico” (Fernández Hasan, 2016: 6).

Por otra parte, y como contrapartida, advierte que en los medios de comunicación masivos, aquellos más consumidos, la situación no ha variado demasiado en los últimos años a pesar de las recomendaciones, campañas e impulso de leyes. Desde 1995, desde la Conferencia Mundial de Mujeres en Beijing ya mencionada, el avance ha sido escaso.

En tanto, Belén Del Mazo y Belén Rosales (2013) formulan que en la trama discursiva mediática, el cuerpo de las mujeres se inscriben en tres ejes: el discurso naturalista, donde la maternidad y la procreación es la sublimación máxima de toda mujer; el discurso político, estructurado sobre relaciones de poder basadas en el control sobre el cuerpo de la mujer, como terreno de debates públicos; y el discurso objetivante, que construye una analogía entre la salud y la belleza del cuerpo femenino, anclado en el deseo masculino.

En su tesis doctoral dedicada a la relación entre ciudadanía, ciudadanía de mujeres y medios de comunicación en Argentina, en el lapso de 1985 a 2003, Fernández Hasan (2006), manifiesta que la desigualdad entre hombres y mujeres se refleja en la cantidad y tipo de voces autorizadas en los medios de comunicación, especialmente en la TV: “Si existe pluralidad de identidades femeninas en la TV, esta pluralidad no implica transformación en las relaciones de dominio ni modificaciones significativas de los estereotipos” (Fernández Hasan, 2006: 218). Y describe cómo se distribuyen las columnas y sus temáticas entre varones y mujeres: la presencia de hombres columnistas es abundante, abordando temas considerados de gran relevancia y preparación específica, como política, diplomacia y economía; mientras las mujeres tienen una presencia mucho menor y se dedican a temas menores, como salud, educación, crianza, ayuda social, solidaridad y atención a la niñez y la ancianidad, moda, astrología y el mundo del espectáculo.

Los medios de comunicación, en tanto aparatos de hegemonía, toman parte y posición en las luchas por los significados sociales (...) En los medios, los procesos de reproducción predominan sobre los de ruptura, imponiendo a través de sus mensajes, la ideología que representan, haciéndola aparecer como neutral en la medida que naturalizada e inconsciente. Es en este sentido que destacábamos la importancia de poder leer entre líneas y mirar tras bambalinas (Fernández Hasan, 2006: 218).

Fernández Hasan postula que, al referirse a las mujeres, los estereotipos más fuertes que se observan en los medios las dividen en buenas y malas, cuerpo reproductor = madre y cuerpo como fuente de placer = prostitutas.

Para los medios de comunicación argentinos, casi sin fisuras (...), las mujeres argentinas son antes madres que ciudadanas, y deberán seguir siéndolo porque más allá de un cierto consenso respecto de que las mujeres pueden trabajar, estudiar, capacitarse, incursionar en política, animarse con la ciencia y los números, ante todo, han nacido para la maternidad, este es su destino y todo debe encaminarse hacia la consecución de ello (Fernández Hasan, 2006: 220).

La investigadora reconoce que las presiones sobre los compromisos contraídos con las instancias internacionales (Beijing y CEDAW) obligaron a los medios de comunicación a un juego oscilante entre reforzar el sentido común acerca del papel y la misión de las mujeres en la sociedad, así como a darle espacio concreto a noticias, voces y reclamos de las mujeres, en consonancia con acontecimientos o transformaciones reales.

En sus conclusiones, Fernández Hasan también destaca que, en el caso de la TV del periodo analizado (1985/2003), lo más evidente es el silencio, la ausencia de tratamiento y un refuerzo constante respecto del discurso tradicional dominante en relación a la maternidad como realización plena para las mujeres y como función social predominante. En cuanto a la prensa gráfica, donde se analizaron medios nacionales como Clarín, La Nación y Página 12, y Los Andes de alcance provincial, solo se observa a Página 12 con un discurso contrahegemónico que retoma algunos postulados y reivindicaciones de la agenda feminista.

La marca más notable en el discurso de los medios es la falta y la ausencia: de testimonios de mujeres en las noticias, de voces autorizadas de mujeres especialistas, de relatos de las mujeres que atienden a las víctimas de violencia, de las voces de las periodistas que escriben y de las periodistas que cubren hechos o le ponen el rostro y el audio a las imágenes televisivas (Fernández Hasan, 2006: 221).

Dentro de esta lógica, la investigadora da cuenta que la frágil articulación entre agenda de los medios y agenda feminista se enmarcó en noticias consensuadas internacionalmente, lo cual operó en respaldo de embates conservadores de las institucionales locales, y un modo de apuntar la mirada en la comunidad globalizada a la que muchos medios hegemónicos quieren pertenecer.

Dentro de los discursos mediáticos, las interpelaciones a las mujeres en tanto ciudadanas son minúsculas y sus prácticas reales responden a la incidencia de los organismos internacionales y su discurso de desarrollo para las mujeres, las políticas implementadas por las Oficinas Mujer y el accionar permanente e ineludible de los movimientos de mujeres/feminismos, que presiona para ingresar sus demandas y propiciar un espacio de visibilidad pública para los problemas de las mujeres. Los medios ofrecen a

los movimientos de mujeres solamente la posibilidad de ser vistas y a partir de allí, intentar modificaciones plausibles.

De este modo, afirma la investigadora:

El cambio en la relación público/privado, campo de confluencia entre el feminismo y los medios de comunicación, se ha realizado pero bajo una forma invertida a la pensada por las teóricas feministas. Efectivamente, se ha producido un borramiento de los límites entre uno y otro espacio pero éste no ha sido en el sentido de publicitar lo privado haciéndolo de ese modo político, sino que lo público se ha vuelto cada vez más privado, no doméstico ni íntimo, sino atento a proyectos privados que responden a intereses particulares, determinados por la ley de la oferta y la demanda en un mercado transnacional donde los derechos de las mujeres aún no cotizan (Fernández Hasan, 2006: 223).

1.5 El derecho a decidir en los medios

En cuanto al tratamiento periodístico sobre aborto en Argentina, podemos señalar que el mismo ha estado presente desde el regreso de la democracia, de manera constante en medios alternativos, contrahegemónicos y feministas. Sin embargo, en el caso de los medios hegemónicos y comerciales, el tema ha sido mucho más invisibilizado, pasando por diversas etapas, relacionadas con situaciones políticas concretas.

Claudia Laudano y Sandra Chaher (2010) reseñan que durante la primera década del retorno democrático (1983-1993), el abordaje de aborto en diarios nacionales, revistas de información general y ciertas publicaciones feministas fue de carácter puntual y esporádico. De dicho periodo destacan dos aspectos: la información internacional de países donde las mujeres accedían al aborto legal y seguro en los sistemas de salud, que permitía contrastar con la situación argentina; y de la información nacional, la difusión periodística en torno a casos de mujeres a quienes la justicia obstaculizaba la realización de abortos legales y seguros en el sistema público de salud, a pesar de tratarse de abortos no punibles.

Recién en 1994 el aborto se transformó en objeto de debate político en el país, cuando la cúpula eclesial católica presionó -sin éxito- para incluir la cláusula del “derecho a la vida desde la concepción” en la reforma de la Constitución Nacional. En ese contexto, los medios contribuyeron a politizar el tema (Laudano y Chaher, 2010: 167).

En este periodo, el tema se encuentra expuesto en los principales medios gráficos de tirada nacional a partir de la modalidad de “las dos campanas”, presentando voces a favor y en contra de la legalización del aborto. Esta tendencia simplifica enormemente la discusión, presentando el tema a partir de una grieta y no con argumentos sólidos y contextualizados. Entre los aspectos más relevantes de esta etapa, las autoras (2010) rescatan la visibilización de la temática como cuestión de debate público en secciones mediáticas jerarquizadas; el reconocimiento de las organizaciones de mujeres como interlocutoras válidas, a la par de la posición de la jerarquía católica; el debate en general asumió la modalidad de las dos campanas y en algunos medios se asignó periodistas para

la cobertura. Respecto del discurso impulsado por las posiciones de estas dos campañas, las autoras señalan que la jerarquía católica buscó instalar como asociaciones directas la de feto=niño y aborto=asesinato e instó por incluir la cláusula para “defender la vida desde la concepción”. El resto de los sectores contrarios a la legalización del aborto interpellaron desde un estilo hiperemotivo. Por su parte, desde la articulación Mujeres Autoconvocadas para Decidir en Libertad (MADEL) se sostuvieron distintos argumentos: los derechos de las mujeres a decidir sobre sus cuerpos y proyectos de vida, la salud de las mujeres y la necesidad de evitar muertes por abortos clandestinos.

En cuanto al frente visual (compuesto por carteles, gráficos, afiches y videos), los grupos opositores a la legalización del aborto desarrollaron una estrategia singular al mostrar fetos autónomos, independizados del vientre de las mujeres, que en algunos casos incluso hablaban y pedían por sus derechos, equiparándolos a personas con plenas facultades y derechos (Laudano y Chaher, 2010: 169).

En este plano de la lucha, muy significativo dado su alcance en la conformación de sentido común, las organizaciones de mujeres y feministas no ofrecieron representaciones alternativas. Sin embargo, el saldo puede considerarse positivo ya que la temática vedada alcanzó protagonismo en los medios de mayor relevancia nacional y, por primera vez, las organizaciones y colectivas de mujeres alcanzaron el status de portavoz autorizado en el discurso mediático.

Luego de esta etapa, que Laudano y Chaher denominan post constituyente, el debate sobre el aborto perdió permanencia y politización en la esfera pública y en la mediática. No obstante, las autoras destacan un hecho periodístico puntual, que repercutió sobre otros medios. Se trata de una nota publicada en portada de la revista de información general *Tres Puntos*, titulada: “Por primera vez, veinte mujeres se atreven a decir YO ABORTÉ”. Las referentas de distintos espacios de incidencia: quehacer artístico, legislativo e intelectual, junto a estudiantes y empleadas, de distintas edades, prestaban su testimonio y vivencias, en primera persona, con nombre y fotografía. El material se reflejó en radios nacionales e, inclusive, el programa de periodismo político conducido por Mariano Grondona, *Hora Clave*, replicando la modalidad de “dos campañas”.

Hacia fines de la década del 90, la temática resurge en un formato muy de la época: los *top shows*. Programas televisivos basados en el constante debate, dirigidos especialmente a las mujeres. Claudia Laudano (2018) señala que comenzaron abordando problemáticas de violencia hacia las mujeres para dedicarse también a la discusión del aborto. Desde ese lugar resultó dificultoso encarar el debate, dado el trato recibido. El costo era muy elevado y hacia el interior se discutió si tenía sentido asistir, en post de una visibilidad amplia en sectores a los que no se llegaba hasta el momento, ante tan elevado costo de agresión. Allí también se ve la dificultad de estar en medios dirigidos a sectores amplios en la movida televisiva. Hasta ese momento, el movimiento a favor de la

legalización del aborto utilizaba como metodología de difusión solicitadas en grandes medios gráficos, mediante la recaudación interna de dinero. Simultáneamente, y más fuertemente a partir del 2000, el campo periodístico se enriqueció con la aparición de nuevos medios en distintos puntos del país, proclives a tematizar sobre el aborto. Columnas de género en programas radiales o televisivos, suplementos informativos para mujeres, medios electrónicos especializados, revistas barriales u organizacionales. Laudano y Chaher (2010) destacan que, hacia 2004 el abordaje del aborto alcanzó una nueva perspectiva como un problema de salud pública y de derechos, donde la pobreza fue una variable fundamental. Se pusieron en juego nuevas estrategias, como apelar a cifras y datos estadísticos que dotaban de legitimidad científica y ampliar el espectro de portavoces, con enunciatarios/as de alta jerarquía dentro de los campos sanitario y jurídico, así como legisladoras nacionales de diferentes partidos.

Desde esta perspectiva, en el transcurso de la década se habrían modificado las significaciones hegemónicas de la jerarquía eclesiástica católica, para dar paso a nuevas interpretaciones como parte de las luchas incesantes por el sentido (Laudano y Chaher, 2010: 171).

1.6 Observatorio de medios y análisis de casos sobre el aborto

A modo de breve reseña, consignaremos los resultados de algunas investigaciones y observatorios de medios realizados en torno al abordaje de la temática del aborto en distintos medios y momentos históricos.

Yanel Mongaburo, Florencia Moragas y Sara Isabel Pérez (2013), profesoras e investigadoras de la Universidad de Quilmes, llevaron adelante una investigación del discurso de la prensa gráfica sobre el aborto legal (o aborto no punible) en la Argentina, centrado en tres casos puntuales, correspondientes a las tres causales que habilitan el aborto legal en el inciso 2° del Artículo 86 del Código Penal.

En primer lugar, el caso de una adolescente con discapacidad mental (de Guernica, Buenos Aires) que en agosto de 2006 reclamó el acceso al aborto legal ante un abuso sexual. En segundo lugar, el caso de Ana María Acevedo, una joven santafesina que en abril de 2007 murió de cáncer luego de que profesionales de la salud le negaran un aborto terapéutico para poder someterse a quimioterapia. Finalmente, el caso de una niña mendocina de 12 años, violada por su padrastro, a la que en septiembre de 2008 la justicia le negó este derecho.

La muestra consistió en 59 notas del primer caso, 31 del segundo y 54 del tercero, publicadas en tres diarios de alcance nacional: Clarín, La Nación y Página 12.

Entre las conclusiones de dicha investigación, las autoras (2013) destacan un silencio generalizado de los medios sobre la temática, el cual se rompe con casos excepcionales y noticiables, como son los casos de aborto no punible. Asimismo, advierten

que la judicialización de dichos casos es una situación recurrente y que, detrás de la negación de dichas solicitudes se encuentran los mandatos sociales impuestos a las mujeres. De esta manera, en el análisis de los discursos observan que la violación y el maltrato quedan en un segundo plano cuando una mujer pide acceder a una interrupción legal del embarazo.

Las circunstancias que llevaron a la mujer o a su familia a solicitar un aborto no fueron expuestas en debate en la mayoría de los diarios analizados. Existe una naturalización que conlleva la invisibilización de la violencia hacia las mujeres (...) El tratamiento periodístico criminaliza discursivamente al sujeto que lo reclama (...). Con ello, se legitima y se refuerza la interpretación de la lectura hegemónica del aborto y, por lo tanto, de las representaciones y las relaciones genéricas (Mongaburo, Moragas y Pérez, 2013: 241).

En “El aborto en la prensa gráfica argentina –un monitoreo de medios realizado en 2008 y 2009 por Artemisa Comunicación- Claudia Laudano y Sandra Chaher (2010) exponen las características de la cobertura del tema en aquel periodo donde se acrecentó el debate, ante el abordaje de uno de los proyectos de Acceso al Aborto Legal, Seguro y Gratuito que comenzó a debatirse en enero de 2008 en el centro y noreste del país.

En 2009 se realizó la primera parte del monitoreo en la que se analizaron las notas referidas a aborto en diez diarios, cuatro de alcance nacional y seis regionales. La muestra incluyó 97 artículos que mencionaban el aborto. La segunda parte contempló la perspectiva de periodistas y editoras en la producción informativa, en una aproximación a las rutinas profesionales. Como resultado, ambas investigaciones coincidieron en que el aborto ya era un tema de agenda en los medios de comunicación de la Argentina, más allá de la posición editorial de cada uno, instalado de la mano del acceso a otros temas vinculados a los derechos humanos de las mujeres. Asimismo, advirtieron que el tema se abordaba “predominantemente desde la subjetividad del debate y la polémica, con pocas investigaciones e información argumentada” (Laudano y Chaher, 2010: 177).

En cuanto a la ampliación del debate mediante la inclusión de periodistas, magistrados/as y representantes del sector político, se daba cuenta de una tendencia a la polifonía de voces (que superaría la inicial modalidad de las dos campanas) pero con una marcada presencia de un pensamiento conservador, a través de organizaciones de la sociedad civil, además de instituciones religiosas.

Las autoras señalan, por último, que se observa una cobertura menos sensacionalista y más informada, en comparación a la que se analizaba en los años 90. Esto lo observan tanto en la selección de imágenes para ilustrar las notas, como en las fuentes presentadas, como más datos de fuentes oficiales e investigaciones realizadas por especialistas. Dichos cambios los relacionan directamente con “el rol fundamental que parecen tener periodistas y editoras/es en la selección y tratamiento de los temas, aún en medios conservadores” (Laudano y Chaher, 2010: 178).

Finalmente, señalamos la investigación llevada adelante por Florencia Rovetto (2013) en torno a la discusión en la Comisión de Legislación Penal de la Cámara de Diputados de la Nación, del tercer proyecto de ley elaborado y promovido por la Campaña por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito, el 1 de noviembre de 2011. La docente e investigadora analizó el enfoque en seis diarios de información nacional, publicados en la jornada posterior. Dentro de las conclusiones, la investigadora destaca la presencia del tema en la mayoría de las portadas de la muestra seleccionada, nombrado como un “día histórico”. Rovetto remarca que este logro deviene de la incidencia de las acciones llevadas adelante por la Campaña en los últimos años, sensibilizando a legisladores/as y a la opinión pública. Respecto a las voces protagonistas, la autora advierte un abanico que presenta diversos posicionamientos: “desde la condena explícita a la legalización del aborto, hasta el abierto apoyo a la despenalización; y que este enfoque redundante, obstinadamente, en la representación de ‘las dos campanas’ o de los dos bandos enfrentados con posiciones radicalizadas” (Rovetto, 2013: 257). En torno a dichas voces, presenta ejes discursivos antagónicos, tales como “aborto sí/aborto no”, “Asesinos de mujeres/asesinos de bebés”, “vida/muerte”. Como resultado, la autora afirma que se desdibujan los argumentos que refieren a los derechos de las mujeres al acceso pleno a la autonomía sobre sus cuerpos y aleja la discusión del aborto como un problema de salud pública. Por otra parte, advierte que en ningún ejemplar se presenta como fuente a mujeres o parejas que hayan atravesado la experiencia de decidir una interrupción voluntaria del embarazo. Solo se observan datos estadísticos que, si bien son un recurso altamente legitimado que refuerza el sentido de la ilegalidad como un problema social que afecta los derechos de las mujeres, se oculta la singularidad de las mujeres que cotidianamente pasan por esta experiencia.

Por último, Rovetto subraya dos omisiones en la cobertura: el volumen del negocio que implica la clandestinidad del aborto para quienes la realizan y la alusión al derecho a la libertad de pensamiento, conciencia y religión, que invisibiliza la fuerte presencia moral de la intolerancia y la discriminación, basadas en la religión o las convicciones, en la que se sustentan debates legislativos y sociales.

El aporte de estas investigaciones sobre las coberturas mediáticas realizadas en estos años posibilita observar cómo la temática de la legalización del aborto fue instalándose paulatinamente en el discurso social y legislativo argentino hasta llegar, en 2018, a ser tratado efectivamente en ambas cámaras del Congreso Nacional, como analizaremos en los próximos capítulos.

1.6.1 Monitoreos: Las mujeres y sus derechos en los medios en la actualidad

El último monitoreo global de medios (GMMP) de la WACC, se realizó el 29 de septiembre de 2020, mientras en Argentina los movimientos de mujeres insistían en la

necesidad de dar tratamiento al proyecto de ley de interrupción voluntaria del embarazo en el Congreso, por segunda vez, y en el contexto de Covid-19. Esta sexta edición de la investigación ofreció la oportunidad de escudriñar al género en la cobertura de los medios de comunicación durante la catástrofe global, un momento marcado por una crisis sanitaria mundial, y la intensificación de las desigualdades que acompañan a la crisis.

Los equipos del GMMP de 116 países hicieron un seguimiento de 30.172 noticias publicadas en periódicos, emitidas por radio y televisión, y difundidas en sitios web de noticias y a través de tuits de medios en 2.251 medios de comunicación. El número de países participantes aumentó en un 63% desde 1995, ya que se recogieron datos de referencia de ocho países que se unían al estudio por primera vez. El número de noticias supervisadas se duplicó en los últimos 25 años y aumentó en más de 8.000 desde la edición de 2015.

Según el último informe, los resultados del sexto GMMP revelan un “panorama mixto de progreso, estancamiento y retroceso”. Mientras que algunos techos de cristal están siendo claramente superados, otros se están asentando en ciertos indicadores importantes de igualdad de género en los medios de comunicación, “en los últimos cinco años han visto pequeños cambios graduales hacia la paridad, al mismo tiempo, el ritmo general de cambio sigue siendo glacial” (GMMP, 2020: 3).

Latinoamérica no escapa de este panorama, la tendencia de los medios de comunicación tradicionales con respecto a la participación de las mujeres es bastante sesgada, abundan los estereotipos y los contenidos alternativos tienden a generar resistencia por parte de quienes los proponen. La polarización en las redes sociales es una constante en los últimos años y va creciendo conforme crecen las inequidades y la brecha social. Asimismo, se incrementa el activismo por parte del movimiento feminista en toda su diversidad que se incorpora con fuerza a través de las tecnologías para la información y comunicación o lo que ahora se conoce como auto comunicación.

Compartimos algunas de las conclusiones más relevantes para esta investigación, del último informe de la WACC (2020):

- La presencia global de las mujeres en las noticias con un 26% de representación evidencia no solamente un estancamiento sino una baja importante, porcentual (3 puntos), respecto del informe de 2015. En este mismo ámbito, al observar la visibilización de personas de sexo no binario, el porcentaje es ínfimo, menos del 1%.
- El porcentaje global de mujeres frente a hombres alcanza un 35% y no crece significativamente de monitoreo a monitoreo. Asimismo, el 85% de las mujeres presentadoras en televisión y el 59% de las reporteras se encuentran en el rango de edad de entre 19 y 49 años. Esto podría dar cuenta de una invisibilización de las mujeres en rangos de edad mayor, y más aún en rangos de personas mayores de 65

años, en donde las mujeres en las noticias comienzan a desaparecer. Este hecho puede reflejar incidencias en ausencia de políticas públicas de género para mujeres adultas mayores, así como la presión del estereotipo occidental de belleza relacionado con la eterna juventud como referente para las mujeres.

- El segundo tema en el que la participación de las mujeres es mayor como sujetos de las noticias es ciencia y salud, lo cual presenta una oportunidad de visibilización y de incorporación de las mujeres en nuevos ámbitos considerados no tradicionales desde los roles de género.
- Las noticias que tienen que ver con violencia de género y feminicidios (femicidios) continúan siendo de interés al momento de generar los contenidos, pero lamentablemente están empañadas de sesgos, revictimización y una nula perspectiva de género. Se continúa revictimizando a la mujer y no existe crítica o análisis por parte de personas expertas, e incluso, tiende a justificarse con la referencia a culpabilización o justificación sobre las causas de la violencia.
- En cuanto a la función de las mujeres en las noticias, aquí la descripción que las muestra principalmente dando su experiencia personal, luego dando una opinión popular, luego como testigos y con solo un 11% como expertas o comentaras.
- Sin embargo, es un hecho relevante el porcentaje de mujeres como expertas o comentaras que aparecen en un rol preponderante relacionado con la política o parlamento; los hombres en la misma situación son presentados en ocupación de expertos académicos o docentes; luego la de políticos o parlamentarios y luego la de empleados de gobierno; en el caso de las mujeres, la segunda ocupación es la de roles de administración de justicia. Este resultado evidencia que, en la región, las políticas de paridad política podrían estar reflejando leves avances en la representación de las mujeres en los medios de comunicación.
- Las ocupaciones en donde es mayor la presencia de las mujeres en las noticias son las de trabajadora sexual, seguida por la de ama de casa, luego la de estudiante. Esto no quiere decir que sean las principales ocupaciones para las mujeres. El análisis evidencia un fuerte sesgo de género que limita la igualdad de oportunidades y tiene incidencia en elementos como el salario y la sobrecarga de trabajo.

Como síntesis de estos resultados podríamos afirmar que los retos del sexismo en los medios, los estereotipos y prejuicios sexistas continúan siendo insolubles en el tiempo, el espacio y las plataformas de distribución de contenido.

Y cuando nos referimos a la urgencia de incorporar la agenda de las mujeres a la agenda mediática, no sólo aludimos al tratamiento adecuado de los temas urgentes, como

violencia, aborto, desigualdad, sino también a que dicho desarrollo se enmarque en una comunicación con enfoque de género.

Diferentes colectivas de mujeres, agrupaciones feministas, periodistas con visión de género y comunicólogas especialistas en género han desarrollado diversos materiales en relación a la comunicación con enfoque o perspectiva de género, destinada, fundamentalmente, pero no de manera excluyente, a periodistas insertos/as en los medios masivos de comunicación.

Fernández Hasan destaca que la comunicación con enfoque de género

Se trata de entender el género como categoría de análisis transversal en todo el proceso comunicativo, es decir, que toda la información, la totalidad de los temas en las diferentes secciones, sean tratados con perspectiva de género. En este marco, puede entenderse la distinción entre el género como categoría descriptiva, donde se visibilizan las desigualdades entre hombres y mujeres; el género como categoría analítica que permite interpretar estas desigualdades y el género como categoría política que posibilita entender las formas de distribución de poder entre los géneros, y en consecuencia, la discriminación y subordinación de las mujeres en la sociedad (2016: 8).

En esa línea, Fernández Hasan (2016) señala que un listado resumido de sugerencias para un periodismo de género/feminista contempla: establecimiento de temas prioritarios, mantenimiento de estos temas en la agenda y su tratamiento bajo determinados parámetros, selección de temáticas y sujetos de la noticia, fuentes de información donde las mujeres sean consultadas prioritariamente (voces autorizadas), estadísticas de género, visibilización de logros y valores de ambos sexos en la construcción de las noticias, análisis de cómo afecta determinada situación a mujeres y varones, presencia equilibrada de ambos sexos en el relato, énfasis en la participación y aportes de las mujeres que se hayan destacado en los diferentes campos, opiniones de las mujeres en los análisis, cuidado de destacar o visibilizar fracasos o errores cometidos por una mujer y minimizar errores o fracasos semejantes protagonizados por varones, reflejo como deseable y propio para todos/as de cualidades como ternura, compasión, fuerza, dignidad, autoridad, seguridad, valentía. Atención a las dobles o triples discriminaciones de algunos colectivos: género/etnia/clase/nacionalidad/edad. Cuidado especial de un uso sexista y racista del lenguaje. En este último caso, utilizar un lenguaje no sexista es adaptarlo a las realidades político-sociales de un mundo en transformación y, a su vez, contribuir a las transformaciones sociales que aspiran a un mundo más justo e igualitario. “El lenguaje mismo es una herramienta de cambio. En el lenguaje se revelan valores y se evidencian las relaciones de poder existentes, dando voz o silenciando, nombrando u ocultando” (Fernández Hasan, 2016: 10).

Capítulo 2: Medios de comunicación e Incidencia

Este trabajo de investigación pretende analizar la incidencia que ha tenido en el discurso social las diversas estrategias y acciones comunicacionales de la Campaña por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito en pos de la despenalización y legalización del aborto en la Argentina. En ese sentido, en este capítulo nos detenemos a examinar el rol de los medios de comunicación en el tratamiento de noticias sobre los derechos de las mujeres y, puntualmente, sobre su autonomía y derecho a decidir.

Partimos destacando la función de productores y reproductores de sentido de los medios de comunicación. Como tales, conforman o fortalecen representaciones sociales que presentan como naturales y universales, inamovibles. De ese modo, influyen fuertemente en la conformación de la opinión pública, elemento primordial para el ejercicio del poder. Por ello, consideramos de gran relevancia revisar sus enunciados y reflexionar sobre los mecanismos discursivos de dominación y discriminación que se desarrollan cotidianamente en el tratamiento de diversas noticias y temáticas.

El especialista Ignacio Ramonet advierte que los medios de comunicación ya “no funcionan de manera que satisfagan a los ciudadanos sino que lo hacen (...) al servicio de los intereses de los grupos que los poseen” (2013: 47). A partir de dicha afirmación, y para adentrarnos más en este análisis, comenzaremos a caracterizar al periodismo y los medios de comunicación en el SXXI.

2.1 De hegemonía y contrahegemonía: el periodismo en la lucha por la construcción de sentidos

El filósofo marxista Antonio Gramsci explica la hegemonía como la conquista del consenso y del liderazgo cultural y político-ideológico por una clase o bloque de clases que se impone sobre las otras. Es la capacidad de generalizar una mirada del mundo que se nutre del discurso y de su similitud con las expresiones visibles de la realidad (De Moraes, 2013:43). Es decir, se trata de extender los valores particulares de un sector social para el conjunto de la población. Asimismo, señala que las diferencias político-ideológicas de distintos sectores de la sociedad no se quedan sólo en desacuerdos, sino que implican dominación de unas/os sobre otras/os y, también resistencias, a las que denomina contrahegemonías.

El aporte realizado por Antonio Gramsci (2004) al cuestionar el determinismo economicista es valiosísimo para advertir el rol de los medios ya que afirma que en una formación social el orden no se sostiene sólo por la dominación económica, sino también a través de la lucha por la dirección política y moral de las masas, la cual se cumple en el terreno de la sociedad civil. Esto implica la disputa por la Hegemonía, es decir, el poder o la

dominación que un grupo social ejerce sobre otros. Pero la Hegemonía es más que el poder social mismo; es un método destinado a obtener y mantener el poder. Gramsci extendió la teoría materialista marxista al campo de la Ideología. Atribuyó a la superestructura una autonomía relativa respecto de la base material. Este aporte echó luz sobre la función que cumplen las instituciones productoras de la Ideología en las luchas por el sentido y el poder. La teoría de la Hegemonía conecta la representación ideológica con la cultura: la Hegemonía requiere que las aseveraciones ideológicas lleguen a ser creencias culturales evidentes por sí mismas. Su eficacia depende de que las personas subordinadas acepten la Ideología dominante como la realidad normal o como el Sentido Común.

En esta constante tensión y disputa por la hegemonía de determinadas ideas por sobre otras se insertan los medios de comunicación. Y desde este posicionamiento en el campo de batalla es que podemos distinguir el periodismo hegemónico del contrahegemónico, en cada época y coyuntura.

2.1.1 Periodismo hegemónico, periodismo de mercado

Gramsci (2002) en *Cuadernos de la cárcel* ya destacaba la importancia de la prensa (diarios y revistas eran los principales medios de comunicación en su época) en la formación de las mentalidades y la definición de las líneas de fuerza del imaginario social. La consideraba un soporte ideológico del bloque hegemónico que elabora, divulga y unifica concepciones del mundo. Es decir, actores fundamentales de la construcción de sentido en la opinión pública, en post del sostenimiento y la conservación de las estructuras de poder.

Al ejercicio de este tipo de práctica se le denomina periodismo hegemónico. Denis De Moraes (2013), doctor en Comunicación y Cultura, caracteriza a éste a partir de cuatro aspectos. En primer lugar, los medios tienen la capacidad de fijar sentidos e ideologías, formar opiniones y “trazar líneas predominantes del imaginario social”, establecer una línea de sentido. Para De Moraes, la configuración mediática actual ejerce un poder “incisivo” en todas las ramas de la vida social y lo que puede-debe ser visto, leído y oído por el conjunto de la sociedad. Esto se vislumbra en múltiples luchas y reclamos de los movimientos de mujeres en cuanto a la incidencia de las determinadas miradas instaladas sobre temas particulares en cada época. Se puede mencionar y analizar, por ejemplo, el derecho de las mujeres a la educación o al voto, la legalización del divorcio y la ampliación de la patria potestad de los/as hijos/as a ambos/as progenitores. En el caso de los derechos sexuales y reproductivos, la opinión avalada y sostenida siempre ha estado marcada por su relación con la iglesia católica y con los sectores poderosos y conservadores de la sociedad.

Además, el autor señala que los medios eligen los actores sociales, los/as analistas, los/as comentaristas, los/as especialistas que pueden opinar, a quienes llama, desde una

perspectiva gramsciana, “intelectuales mediáticos”, “programados para decir y prescribir generalmente aquello que sirve a los intereses del capital y del conservadurismo y, al mismo tiempo, para combatir y descalificar ideas progresistas y transformadoras de las realidades injustas” (2013:20). Esta discusión es recurrente, hacia el interior de los medios, como en las voces externas consultadas. Como señalamos en el capítulo anterior, aún en la actualidad, si bien hay mucha presencia femenina en el staff de las empresas comunicacionales, los/as profesionales que cubren determinados géneros (política, economía, internacionales, policiales) son, en su mayoría, varones. Y esto se extiende al momento de buscar fuentes informativas, voces autorizadas, profesionales que den cuenta de diversos fenómenos (médicos, abogados, economistas, científicos sociales, etc.). Del mismo modo, el sistema de medios rechaza cualquier modificación legal o regulatoria que ponga en riesgo su “autonomía”. Esto, como también mencionamos previamente, se evidenció en la gestación, tratamiento y aprobación de la Ley de Servicios de Comunicación Social en la Argentina en 2009. Y también se advierte a partir de la larga discusión de la Ley 27.635 de Equidad en la representación de los géneros en los servicios de comunicación (reconocida como ley de paridad en los medios), que tras ser sancionada en junio de 2021 tardó dos años en ser reglamentada (en junio de 2023) y, por tanto, al momento de cierre de este trabajo, aún no puede evaluarse su implementación real.

La segunda característica que menciona el especialista brasilero es que los medios hegemónicos se manejan con desenvoltura en la apropiación de diferentes léxicos, para intentar colocar dentro de sí todos los léxicos, al servicio de sus objetivos particulares. Esto es, por ejemplo, la apropiación de palabras como signo ideológico, pertenecientes a determinados sectores contrahegemónicos que, “de la noche a la mañana”, aparecen incorporados en los discursos dominantes. El autor manifiesta al respecto que, “el discurso neoliberal –que sigue influenciando el plano ideológico- se vale de los medios para redefinir y tomar posesión de sentidos y significados, a partir de sus ópticas interpretativas” (De Moraes, 2013:21). En suma, Ignacio Ramonet entiende que los medios son actores del mercado y difusores de ideologías bajo la apariencia de difusores de información. En otras palabras, se comportan como el brazo ideológico de la globalización. Y mientras en algún momento el autor hablaba de “cuarto poder”, hoy afirma que se trata de un poder “suplementario para oprimir o para mantener a la sociedad en esa situación” (2013:61).

En coincidencia, la tercera característica que menciona De Moraes sobre el sistema mediático es la celebración de la vida para el mercado, consumismo, individualismo, “la existencia subordinada al mantra de la rentabilidad” (2013, 22).

Finalmente, la cuarta especificación es que el discurso mediático está comprometido con el control selectivo de las informaciones, de las opiniones y de los valores que circulan en la sociedad. Hay silenciamiento o estigmatización de ideas antagónicas,

descontextualización intencional de noticias con el propósito de desviar la comprensión de los hechos. En este sentido, afirma De Moraes, los medios hegemónicos procuran reducir al mínimo, expulsar a los márgenes, la circulación de ideas alternativas u opositoras. La meta es vaciar de contenidos críticos los discursos y, por ende, sostener y garantizar los sentidos sociales dominantes. Esta característica ha sido constante en cuanto al desprestigio de los feminismos y movimientos de mujeres en jornadas de lucha o en el desarrollo de los Encuentros Nacionales de Mujeres, por ejemplo. De igual manera ha sucedido y sucede con ideas y derechos de las mujeres: como a vivir sin violencias y a decidir sobre sus cuerpos.

A esta descripción de los medios hegemónicos, Ignacio Ramonet (2013) agrega otras particularidades y dificultades. Por una parte, señala la “dispersión de su identidad política” de cada medio, en su afán de seducir a públicos cada vez más amplios. Otra variable sobrevalorada es la rapidez, que adquiere una nueva dimensión a partir de la digitalización de los medios. Sin embargo, dicha velocidad pone en cuestión la tarea del/a periodista de contrarrestar la información, buscar más de una fuente, investigar. Ante la falta de tiempo para analizar los datos los/as periodistas se transforman en “inmediatistas”, afirma el especialista. “Lo que hacemos es cabalgar sobre la actualidad sin tener la posibilidad de domesticar, de tener una maestría, sobre esa realidad” (Ramonet, 2013: 51). A esto se suma la pérdida de la continuidad en la cobertura de muchos fenómenos y problemáticas de largo proceso, ya que la información debe ser inmediata y estar atenta a cada nueva situación, aunque eso implique dejar de lado otros miles de hechos que se venían abordando previamente.

Estas características y dificultades de los medios hegemónicos presentan un nuevo panorama a partir del uso de las tecnologías de la comunicación e información. Diferenciados por condiciones económicas y factores socio-culturales, los usos de las tecnologías pueden contribuir tanto a modificar actitudes, costumbres, prácticas y mentalidades como a acentuar desigualdades y exclusiones. En este aspecto, el especialista brasileño aclara que, al momento, “operan en consenso para reproducir el orden del consumo y conservar las hegemonías constituidas” y destaca que “los megagrupos mediáticos detentan la propiedad de los medios de producción, la infraestructura tecnológica y las bases logísticas como parte de un sistema corporativo que rige hábilmente los procesos de producción material e inmaterial” (De Moraes, 2013:23). Es decir, la digitalización favoreció el aprovechamiento de un mismo producto en diferentes plataformas, soportes y medios de transmisión, distribución, circulación, exhibición y consumo, destacando la plusvalía en la economía digital.

En síntesis, De Moraes afirma que, en el marco de un sistema capitalista, el rol de los medios es estratégico en, al menos, dos sentidos. Uno, como agente discursivo de la globalización y del neoliberalismo. Propagan valores que transfieren al mercado la

regulación de las demandas colectivas. “La *doxa* neoliberal procura neutralizar el pensamiento crítico, reducir el espacio para ideas alternativas y contestatarias, aunque éstas continúen manifestándose, resistiendo y reinventándose” (2013:41). Esta es una función ideológica que busca excluir el conflicto, ocultar la dominación y lo particular, mostrándolo como universal.

La segunda línea en la que actúan estos medios es como “agentes económicos”. Son las mayores empresas no financieras del mundo y dominan las ramas de información y entretenimiento, con participación en otros negocios dentro del campo de las telecomunicaciones, la informática, etc. En esta línea, y en relación a la diversidad socio-cultural, su distribución se vincula a los intereses comerciales, es decir, se construyen diferencias vendibles para mayor rentabilidad lejos de algún ideario democrático y pluralista. “La función de la información en general es domesticar a las sociedades” (Ramonet, 2013: 59).

2.1.2 Periodismo contrahegemónico, periodismo alternativo

Ya señalamos que Antonio Gramsci advirtió que la hegemonía no es algo compacto sino el resultado de fuerzas entre bloques de clase/sector social en determinada coyuntura. Por más que las instituciones y los medios hegemónicos buscan modelar la opinión pública y debilitar los grupos y las clases que contrarían sus propósitos, no lo consiguen plenamente. Un determinado momento histórico social jamás es homogéneo; está atravesado por tensiones y focos de resistencia que pueden ser portadores de contrasentidos y contraideologías (De Moraes, 2013:102).

En el lugar de la resistencia podemos encontrar el ejercicio de un periodismo diferente, contrahegemónico, promotor e impulsor de una comunicación alternativa. Su elemento determinante es su compromiso con un proyecto de cambio radical de la sociedad; es decir, “en su inserción en un lugar y en una perspectiva de enfrentamiento a lo dominante” (Rodríguez Esperón y Vinelli, 2004: 8).

Definimos aquí comunicación alternativa a partir de la propuesta del Foro de Medios Alternativos de la Argentina en 2004, como una herramienta del campo popular que implica la participación de los/as periodistas y comunicadores/as en el interior del conflicto, con una clara decisión de democratizar la palabra. De esta manera, se opone a las suposiciones de “objetividad” del trabajo periodístico, que configura la batalla de las ideas por la hegemonía.

Los medios alternativos surgen de las luchas sociales contra la dominación, por lo cual están vinculados a colectivos y movimientos sociales, enfrentados a la manipulación de los monopolios mediáticos. Si bien presentan diversidad en cuanto a sus modos de

expresión y estilos argumentativos e interpretativos, coinciden en su discurso contrainformacional.

Natalia Vinelli y Carlos Rodríguez Esperón (2004) afirman que existe una relación dialéctica entre comunicación alternativa y contrainformación. “La contrainformación es la lectura crítica de medios: usa el sistema y lo da vuelta, analiza los mensajes de los medios masivos desde la perspectiva de los trabajadores, le “chupa la sangre” al discurso dominante” (Rodríguez Esperón y Vinelli, 2004: 9). Sin embargo, no se limita al análisis de la información oficial. Abarca la propia realidad y, por lo tanto, todo lo que queda fuera de los medios y el discurso hegemónico, a partir del proceso de jerarquización noticiosa. Así es que las prácticas alternativas o contrainformacionales que se enmarcan en un proyecto de cambio social definen su agenda de acuerdo a los objetivos políticos del grupo o sector social que integran.

Sandrine Lévêque (2010) menciona tres exigencias que debe cumplir el periodismo alternativo para identificarse como tal: transparencia, pluralismo y verdad. Esto se traduce en la comprensión de la comunicación como un derecho humano por sobre intereses económicos y políticos; la denuncia y el combate a la concentración monopólica de los medios y, por último, la politización del uso de las tecnologías, difundiendo informaciones veraces que contribuyan a acentuar la variedad de mundos que el mundo contiene. En la misma línea, Denis De Moraes (2013) caracteriza los medios alternativos como ajenos a la competencia típica de la práctica profesional, superada por la sumatoria de fuerzas productivas, por una mecánica colectiva y horizontal de trabajo. La distribución de tareas y contenidos son organizados entre colegas, afirma, por fuera de los criterios mediáticos clásicos de selección y jerarquización.

El contexto actual, con las tecnologías de la información y la comunicación al alcance de gran parte de la sociedad, ha brindado grandes oportunidades para democratizar tanto el acceso como la producción de materiales comunicacionales. Sin embargo, los impedimentos del periodismo contrahegemónico continúan siendo muchos y se vinculan entre sí fuertemente: falta de vías de financiamiento que posibiliten sostener el medio y su personal, carencia de infraestructuras físicas, técnicas y tecnológicas adecuadas para la tarea cotidiana, brecha digital que alcanza a amplios sectores de su público objetivo, limitado alcance de un público más amplio y propio de medios hegemónicos y dificultades para generar y sostener la producción de agenda propia.

En cuanto al dilema financiero, en distintos gobiernos progresistas de la región se promovieron y ejecutaron políticas públicas de fomento a medios alternativos con muy buenos resultados. En el caso de Argentina, a partir de la implementación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (2009), se establecieron diversas convocatorias para subsidiar proyectos comunicacionales de radio y televisión, además de talleres de

capacitación para comunicadores/as y técnicos/as de todo el país. Lamentablemente, dichas políticas se vieron limitadas o suspendidas a partir del cambio de gestión gubernamental, en 2016. No obstante, los medios alternativos y comunitarios se han mantenido muy críticos respecto de los criterios de distribución de presupuestos públicos de publicidad, la denominada pauta oficial. Paradójicamente, mientras discursivamente se impulsaba nuevos medios de comunicación más independientes y que dieran voz a nuevos sectores de la sociedad, históricamente silenciados, la concentración de inversiones publicitarias continuó en manos de medios con audiencias masivas, los cuales no garantizan el pluralismo informativo.

Respecto de la brecha digital, si bien se tuvo mucha esperanza en Internet como herramienta de democratización de la información, claramente es imposible esperar que supere abismos sociales entre quienes disponen de acceso a los beneficios tecnológicos y quienes son excluidos/as, parcial o completamente.

El tema de las audiencias también implica una constante revisión de estrategias dado que resulta muy complejo dar a conocer las plataformas independientes a públicos más amplios que, en su mayoría, desconocen de la existencia y producciones de los medios alternativos. Así, la difusión de los contenidos, ya sea online u offline, circulan en espacios acotados, entre personas con objetivos e intereses similares. Las listas de difusión y boletines electrónicos, inicialmente, y las redes sociales a posteriori, han operado como herramientas útiles de amplificación de las coberturas de comunicación alternativa en nuevos círculos y personas interesadas. Sin embargo, es necesario contemplar que el mismo funcionamiento de las redes sociales establecen nuevos escollos que se deben aprender a superar, continuamente. Nos referimos a su lógica de mercado, en primer lugar. Dado que pertenecen al sector privado, sus algoritmos responden a sus intereses y ventas, limitando el alcance cuando no se publicitan los posteos. A ello se suma la altísima cantidad de información que por segundo circula por ellas (que hace obsoleta lo generado hace una hora) y las nuevas formas de consumo de los/as usuarios/as digitales (cuya atracción responde a un formato dinámico, preferentemente audiovisual y con lecturas y visualizaciones que no exceden el minuto y medio, etc.).

Finalmente, Rodríguez Esperón y Vinelli señalan otro gran desafío de la tarea contrainformativa de los medios alternativos, que postulamos más arriba como una de las dificultades cotidianas: generar información propia, es decir, construir otro modelo de noticiabilidad en el marco de una perspectiva plural y de visibilización de todas aquellas problemáticas y temáticas que el mismo sistema se encarga de ocultar. La tarea contrainformativa supone enfrentamiento, no sólo contra el discurso oficial sino también contra el orden establecido. Este enfrentamiento conlleva, muchas veces, mayores riesgos y persecución del medio y sus periodistas, mayor dificultad para acceder a financiación,

necesidad de establecer diversas estrategias para acceder a las fuentes y la información, etc. Sin embargo, los resultados son muy valiosos y han significado, en muchísimos casos, instalar en la opinión pública temáticas fundamentales, como casos de vulneración de derechos, desigualdad, injusticia, luchas populares, que sin el compromiso de los medios alternativos no hubiesen llegado a los medios masivos y, muchos menos, a exigir respuestas políticas.

Una manera interesante y superadora utilizada por medios alternativos en la ejecución de agenda propia consiste en la producción colaborativa. A partir de ella trabajan con materiales gratuitos disponibles y socializados desde algunas plataformas digitales internacionales o regionales (pertenecientes a ONG, colectivos y movimientos sociales), así como por suscripciones muy accesibles. Otra forma, más rica aún, proviene de la reproducción y concreción de coberturas periodísticas integradas por un conjunto de medios alternativos, tanto en recursos humanos como recursos técnicos. Esto puede desarrollarse tanto en tratamientos especiales como, también, en la cotidianeidad, compartiendo artículos, fotografías y material de audio y video.

Sin embargo, no todo es gris. Desde el punto de vista de los trayectos académicos, Vinelli (2018) formula que la segunda década del siglo XXI vivenció la multiplicación de orientaciones, especializaciones y tecnicaturas en comunicación popular y comunitaria, tanto dependientes de universidades nacionales como de institutos terciarios. Programas de posgrado incluyeron la temática, sobre todo en relación con el desarrollo de políticas públicas orientadas al respeto de los estándares internacionales en materia de derecho a la comunicación y la información. Redes y equipos de investigación interuniversitarios profundizaron líneas de trabajo en torno a las audiencias de los medios comunitarios y su sostenibilidad; se defendieron algunas tesis de maestría y doctorado y se publicaron nuevos libros y artículos en *dossiers* de contenidos dedicados con miradas a veces sintetizadoras, a veces novedosas, acerca de los problemas de la alternatividad.

De esta manera, si bien la aplicación de la Ley de Servicios Audiovisuales se mantiene lejos de cumplir con la promesa de poblar con nuevas voces el 33 por ciento del espectro, las políticas de fomento promovieron el puente necesario para facilitar la migración de la tecnología analógica a la alta definición del sector. Los altos costos de la tecnología digital, tanto para el registro pero sobre todo para la transmisión, sumados a la escasa cantidad de proveedores y al desconocimiento general acerca de su funcionamiento resultaban en un impedimento insoslayable sin políticas públicas que colaboraron para que los movimientos sociales, con sus canales, radios y otras plataformas digitales, transitaran la reconversión con relativo éxito.

Por esa razón, Vinelli sostiene que a pesar de que

el peso real de estos medios en el mapa comunicacional de nuestros países siga siendo débil (¿cuánto pueden incidir estas voces en escenarios altamente concentrados, a pesar de los cambios regulatorios que buscaron ponerles límites?), también es cierto que sin experiencias como estas no hay democratización posible (Vinelli, 2018:24).

2.2 Comunicación con perspectiva de género y periodismo feminista

Ana María Portugal y Carmen Torres formulan que

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

Sandra Chaher (2007) afirma que por los años '60 las feministas de la época buscaban medios por donde expresarse y en torno a la comunicación encontraron espacio, principalmente, en medios alternativos. Las primeras cronistas de los movimientos feministas fueron, justamente, las mismas militantes feministas.

La escisión entre feminismo y periodismo se fue difuminando, unificándose y mezclándose con el tiempo, “al punto de producirse una profesionalización que derivó en dos vertientes: las feministas que se volvieron comunicadoras, y las periodistas que se fueron sensibilizando con los temas de mujeres” (Chaher, 2007: 111). Las primeras se instalaron, predominantemente, en espacios alternativos y las segundas en los medios masivos. Sin embargo, hasta la fecha, esta distribución no se ha dado de manera fija ni determinante.

En una breve referencia hacia los orígenes del periodismo feminista, Claudia Laudano (2018) señala que, en los años 80, con la apertura democrática, las preocupaciones y luchas de las mujeres encontraron pequeño y esporádico espacio en el abordaje mediático. Esto se daba, sobre todo, por parte de algunos medios que la investigadora denomina “amigables”, aquellos con un interés en estas temáticas e integrado por algún/a periodistas, mayoritariamente mujeres, que se especializaba en género. Sin embargo, no se trataba de una agenda específica aún. No obstante, Laudano destaca que hacia el interior de los propios movimientos de mujeres costaba mucho introducir como demandas y objetivos a alcanzar, los derechos sexuales y reproductivos, lo que hacía más dificultoso que los medios lo hicieran. Por su parte, el desarrollo del periodismo feminista dentro de medios contrahegemónicos, de la mano de la comunicación alternativa y contrainformacional, fue más constante y vinculada directamente con las discusiones y debates que se daban hacia el interior de los movimientos de mujeres, en cada momento y lugar.

Por su parte, Valeria Fernández Hasan consigna que en los '90, de la mano de la imposición del neoliberalismo y sus políticas de desregulación que subsumen a la población en la pobreza y la desigualdad, se gestan los feminismos de fin de siglo. En este periodo,

como en todas las grandes crisis epocales, las mujeres fueron las más afectadas, dando origen a la expresión “feminización de la pobreza”. Según Francesca Gargallo (2006) esto produjo una explosión de grupos de mujeres diversas que, sin enrolarse en el feminismo, se unieron creando distintas organizaciones de campesinas, pobladoras, pescadoras, trabajadoras, refugiadas, desplazadas por motivos ecológicos o políticos. Al mismo tiempo, las feministas empezaron a trabajar de manera especializada en los denominados temas de mujeres y llegaron las tecnócratas del género, las “femócratas” (Fernández Hasan, 2012). Este es, entonces, el momento en que surge en América Latina el fenómeno novedoso que significaron las ONG.

En un rápido relevamiento, nos encontramos con que a partir de la creación del programa APC-Mujeres en Ecuador, que dio lugar a las primeras redes de mujeres en Internet ante la IV Conferencia Mundial en Beijing (Boix, 2006) se multiplicaron los foros de debate, las listas de correo, los portales informativos, los sitios de diferentes colectivas, y más tarde, agencias de noticias, blogs, revistas, radios on line, periódicos feministas, redes sociales con perfiles de periodistas especializadas. Todas estas posibilidades se fueron extendiendo de la mano del crecimiento veloz y sostenido de la web. Así se fueron instalando en la agenda mediática, múltiples temáticas de género y se configuró con mayor claridad qué caracteriza una comunicación con este enfoque:

desnaturalizar los supuestos tradicionales del periodismo más conservador de tipo liberal, con sus estandartes de objetividad, prensa amarilla y construcción de la noticia con un varón siempre sujeto de la acción, informante clave, especialista, protagonista de la noticia o referente único (Fernández Hasan, 2009).

El periodismo feminista produce, desde entonces, el abordaje y sostenimiento en agenda de temas prioritarios que afectan a las mujeres y las disidencias sexuales, bajo un tratamiento atento a múltiples variables. Entre ellas: la selección de las temáticas y los y las sujetas de la noticia (las voces autorizadas), el uso de las estadísticas de género; la visibilización de logros y valores de personas de distinto género; el análisis detallado de cómo afecta determinada situación a mujeres, varones y disidencias; énfasis en la participación y aportes de las mujeres que se hayan destacado en campos masculinizados; anulación o cuestionamiento de estereotipos; atención a quiénes protagonizan fracasos o errores y quiénes triunfos y aciertos; consideración especial de un uso sexista y racista del lenguaje, entendiéndolo como una herramienta de cambio que revela valores y evidencia las relaciones de poder existentes, dando voz o silenciando, nombrando u ocultando.

Entendemos, de esta manera, que el periodismo feminista exhibe realidades ocultas para el resto del mundo mediático. Fernández Hasan advierte la existencia de diversas formas de ejercicio de este periodismo feminista a lo largo de los años y podemos agregar que siguen mutando y complementándose, muy marcadas por las posibilidades que ofrecen

los avances tecnológicos. Destacamos también aquí el aporte de la reflexión teórica y crítica sobre el discurso informativo de los medios de comunicación que realizan y producen las feministas académicas, que luego es retomado y replicado por los medios de comunicación feministas y/o de género y por las periodistas feministas que cumplen funciones en medios tradicionales y aprovechan ciertas grietas para hacer circular esta información que, en tanto producida en la academia, posee el aval emanado de la ciencia. Actualmente, también operan como medios de difusión del periodismo feminista los perfiles de periodistas y académicas en las redes sociales y sitios web, que aportan información que se propaga por fuera de los grandes medios, suele alimentarlos y cumple sin dudas, función de agenda.

En una rápida revisión de hitos del periodismo feminista en América Latina, mencionamos dos agencias de género referentes. En primer lugar, *Cimacnoticias* (Comunicación e Información de la Mujer Asociación Civil -CIMAC-) que se organizó desde 1995 como una mesa de redacción de los temas de las mujeres. Sus primeras acciones se redujeron a promover las campañas del movimiento feminista internacional y algunos temas coyunturales de México. Hoy continúa siendo fuente principal de información especializada para los medios mexicanos y de América Latina. En Argentina, un paradigma de las agencias de género fue *Artemisa Noticias*. Con cobertura nacional diaria a través de corresponsalías internas, nació en 2005 y en abril de 2012, la agencia como tal se despidió después de casi siete años de trabajo de comunicación no sexista. Una parte del equipo encaró un nuevo proyecto bajo el nombre Comunicación para la igualdad con portal y perfil en Facebook (Comunicar Igualdad) bajo el liderazgo de la periodista Sandra Chaher, una de las dos fundadoras de *Artemisa*. Algunas de las tareas que desarrolló en los años en que estuvo vigente fue la cobertura de noticias, diariamente, a través de su portal, la capacitación de comunicadoras/es, periodistas y funcionarias/os de áreas de comunicación de Argentina y América Latina, la promoción de la creación y armado de redes de periodistas en Argentina, América Latina y el resto del mundo, monitoreo de medios sobre temas puntuales como aborto, la presentación de la agenda mediática de género y el protocolo de tratamiento de los temas para trabajar en los medios de comunicación (en colaboración con periodistas e integrantes de organizaciones no gubernamentales), publicación de libros y revistas (Fernández Hasan, 2009) .

Junto al fenómeno de las agencias de noticias, también aparecieron a principios de los '90 las primeras redes de periodistas y comunicadores/as con perspectiva de género. Estas redes agrupan a mujeres y a algunos varones solidarizados con la causa, insertos/as tanto en medios masivos como alternativos, y también en agencias de noticias de género y espacios institucionales de comunicación. Su objetivo consiste, desde entonces, en generar un espacio de incidencia sobre los medios masivos y sobre las agendas públicas, acompañando la agenda política de los movimientos de mujeres (Chaher, 2010).

Dichas redes se han ido fortaleciendo con los años, optimizando su comunicación y sus acciones de incidencia a partir de las posibilidades de la tecnología de la comunicación y la información y de los saberes y experiencias aprendidas a lo largo de los años. Asimismo, a la luz de nuevas y viejas demandas (visibilizar y luchar contra la violencia hacia las mujeres o la legalización del aborto), han surgido nuevas redes y entramados que trabajan de manera conjunta y en relación con otras de la región y el mundo.

2.3 Comunicación para la Incidencia

Ante lo que hemos desarrollado previamente, resulta imprescindible aludir a la incidencia que estas acciones feministas han promovido. Para ello, comenzaremos por definir este concepto. Gabriela Cicalese (2013), en *“Comunicación para la incidencia. Apuntes para un concepto en construcción”*, señala que se trata de una noción relativamente nueva que, sin embargo, permite dar cuenta de procesos colectivos que lo anteceden.

A partir del sentido que le asigna la ciencia política, la característica central de la comunicación para la incidencia reside en ser un proceso comunicacional “desde abajo hacia arriba”. Es decir,

acciones de las organizaciones comunitarias, civiles, de base o partidarias que, sin tener espontáneamente el acceso a los circuitos de decisión y de influencia, organiza estrategias y acciones para ocupar espacios, participar de la agenda pública y proponer temáticas, políticas, planes o medidas ligadas a sus intereses (Cicalese, 2013: 17).

Las diversas experiencias de periodismo y comunicación feminista generada en medios masivos hegemónicos, medios alternativos contrahegemónicos, como también la producida y difundida desde colectivos, organizaciones y redes pertenecientes a los movimientos de mujeres, manifiestan un interés genuino por incidir en la opinión pública y, mediante ella, en la realización de políticas públicas que promuevan ámbitos más equitativos de vida e igualdad de acceso a los derechos por parte de todos/as. Sin embargo, para analizar la incidencia de los movimientos feministas consideramos imprescindible partir del reconocimiento del valor de las redes tejidas por mujeres en todos los niveles: con otras mujeres; con sectores gubernamentales y no gubernamentales; con varones sensibles; entre ciudades y zonas rurales; entre personas con diferente nivel educativo, clase social, profesión. Y también agregar que, si bien la virtualidad ha facilitado y optimizado la comunicación y los mecanismos de funcionamiento de estas redes, es el modo de organizarse colectiva y horizontalmente lo que, históricamente, ha promovido y garantizado dicha incidencia.

De esta manera, podemos mencionar como ejemplos de esta incidencia en la región diversas redes de comunicadores/as y periodistas que se ocupan, especialmente, de

reconocer a las mujeres como sujetos de la información y la comunicación, sumándose a la crítica por su explotación como objetos, en tanto imágenes o discursos circulantes por los medios. Se atiende y analiza a las periodistas en sus lugares de trabajo, su presencia en los medios, como profesionales de la comunicación, directoras, fuentes de opinión, modalidades de trabajo, dificultades, estrategias e interés por los diversos ámbitos de la comunicación (Fernández Hasan, 2016).

2.3.1 Redes de periodistas y comunicadores/as en América Latina

En 1995 CIMAC, Comunicación e Información de la Mujer Asociación Civil, impulsó la creación de las primeras redes nacionales en América Latina, dando origen a la Red Nacional de Periodistas de México, con la presencia de 90 periodistas y comunicadores, mujeres y varones, de 17 países de América latina, América Central, Caribe, España, Italia y Alemania. Le siguió la Red de Mujeres Periodistas de Guatemala en 1998, la Red Dominicana de Periodistas con Visión de Género en 2001, la Red de Mujeres Periodistas de Nicaragua en 2003 y en 2004, en México también, surgió la Red Trinacional de Periodistas de México, Estados Unidos y Canadá. La Red Nacional de Mujeres Periodistas de Perú nació en 2008 y la Red Colombiana de Periodistas con Visión de Género en 2009.

En Argentina, en noviembre de 2006 se fundó Periodistas de Argentina en Red (PAR), por una comunicación no sexista, integrada en el presente por más de 100 periodistas y comunicadoras/es de todo el país. Por su parte, en 2005 comenzó sus tareas la Red Internacional de Periodistas con Visión de Género (RIPVG-AR) que conforman, actualmente, periodistas y comunicadoras de 35 países, entre el que se ubica Argentina.

En cuanto a las acciones de incidencia llevadas adelante por estas redes nacionales, Red Par se destacó con la elaboración de dos materiales con recomendaciones en el abordaje de problemáticas complejas, definidas en su agenda prioritaria: el Decálogo para el tratamiento periodístico de la violencia contra las mujeres (2008) y el Decálogo para el tratamiento periodístico de la trata y la explotación sexual (2012). Asimismo, fue clave su participación en la inclusión de la perspectiva de género en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, sancionada en 2009. En oportunidad de aquel debate, integrantes de distintas provincias se hicieron presentes en las audiencias públicas que se realizaron en distintos puntos del país. Este trabajo fue determinante en la redacción del artículo 3M de dicha ley, el cual plantea la necesidad de: “Promover la protección y salvaguarda de la igualdad entre hombres y mujeres, y el tratamiento plural, igualitario y no estereotipado, evitando toda discriminación por género u orientación sexual”. Luego, con la Defensoría del Público en ejercicio (órgano de control de los medios de comunicación, generado a partir de la implementación de dicha Ley), varias integrantes de PAR dictaron capacitaciones para comunicadoras/es y periodistas de distintos puntos del

país. Finalmente, y ya en una etapa más actual, la Red ha sido consultada para el desarrollo y reglamentación de la Ley de Equidad de Género, sancionada en 2021.

Por su parte, la Red Internacional de Periodistas con Visión de Género en Argentina (RIPVG Argentina), diseñó en el 2015 el Decálogo para el correcto tratamiento periodístico del Derecho al Aborto, producción realizada en alianza con la organización Católicas por el Derecho a Decidir. Otra importante acción de esta Red en el 2017 consistió en la “editatona” que realizaron junto a Wikimedia Argentina, para visibilizar mujeres y organizaciones de género en esta enciclopedia digital de consulta mundial (Laudano, 2018).

Ambas redes funcionan, también, como espacios abiertos a consultas y capacitaciones de colegas, instituciones educativas y órganos de gobierno, en su diseño e implementación de políticas públicas afines.

Finalmente, sus integrantes: comunicadoras/es, periodistas, docentes, investigadoras/as han incidido en la incorporación de cátedras (en su mayoría opcionales o electivas) y saberes desde la perspectiva de género en las carreras de nivel superior ligadas a la comunicación y el periodismo, posibilitando que los y las nuevas profesionales que egresen de las mismas ya cuenten con un bagaje legal y de derechos humanos que garantice piezas comunicacionales inclusivas y sin reproducción de estereotipos y violencias.

Asimismo, las y los miembros de estas redes desarrollan tareas de monitoreo, observatorio y demás análisis crítico de los discursos que reproducen los medios de comunicación, que resultan en valiosos insumos para revisar dichas prácticas e incidir en la consiguiente incorporación de la perspectiva de género en ellas. Por último, pero no de menor importancia, nos detenemos aquí a señalar la potencia de los monitoreos de medios como herramienta para alcanzar incidencia. Los monitoreos consisten en investigaciones realizadas con un tiempo y un objeto de análisis delimitado previamente.

Como aludimos en el primer capítulo, la referencia internacional más importante de Monitoreo de Medios son los que realiza cada cinco años, desde 1995, la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC). Imprescindible herramienta de análisis para develar los mecanismos de construcción de estereotipos sociales de género utilizados por diversos medios.

Sandra Chaheer (2010) afirma que los monitoreos facilitan el diálogo (a diferencia de otros mecanismos de choque), a partir del aporte de cifras y conceptos sobre estereotipos y roles, posibilitando promover y exigir cambios. Entre los objetivos centrales de los monitoreos encontramos el instalar a las mujeres como productoras (quiénes generan las noticias y quiénes deciden qué debe publicarse o no) y también sujetos de las noticias (fuentes, entrevistados/as), además de atender a la perspectiva relacional entre mujeres y varones, en todas las coberturas y temáticas que se aborden. La mayoría de las/os

comunicadoras/os que integran redes de colegas o participan en proyectos de monitoreo y análisis de medios coinciden en sus beneficios. El desarrollo y fortalecimiento de las organizaciones de periodistas y comunicadoras/es que trabajan por la inclusión del enfoque de género en los medios, sumado a su tarea de interpelación al Estado, y en un contexto de auge y crecimiento del movimiento de mujeres, son la nota distintiva de este siglo en Argentina y América latina (Spinetta, 2018).

2.4 Tecnologías de Información y Comunicación y Ciberactivismo

Nos encontramos en un periodo bisagra donde el sistema capitalista con sus múltiples armas apela al aislamiento de las/os individuos/os políticas/os y construye un proceso de formación de opinión pública contra cualquiera que pueda resistir, bajo amenaza de aislamiento (Noëlle-Neumann, 1995). Simultáneamente, Internet abre posibilidades de producción, circulación y consumo de ideas, discursos, imágenes, hacia cualquier persona que, como ya dijimos, cuente con cierto nivel de recursos y saberes. Así, radios locales y pequeñas, páginas de Internet, teleconferencias y publicaciones personales de personas con cierto nivel de reconocimiento pueden adquirir fuerte presencia mediática en distintos grupos de interés que cuestionan el orden global por diversos flancos: indigenistas, ecologistas, de género, campesinistas, etcétera.

Valeria Fernández Hasan (2009) postula que, a pesar de la desigualdad de la brecha tecnológica, las tecnologías irrumpen en la dimensión doméstica borrando las ya pocas barreras que quedan entre lo público y lo privado. En este sentido, Internet representa un lugar de doble influencia sobre los sujetos. Por un lado, se erige en sí mismo como un modernísimo medio de comunicación capaz de difundir las más variadas informaciones, ideas, noticias, etcétera. La velocidad y la facilidad de acceso a la información son sus cualidades más relevantes, mientras que su capacidad de articular discursos e imágenes en tiempo real y, simultáneamente, de manera asincrónica y participativa, lo convierte en un medio con alcances políticos, económicos, sociales y culturales inusitados. Por otro lado, a través de sus comunidades de intereses, plataformas, blogs, foros, portales, redes sociales, es el espacio del intercambio de opiniones, ideas e ideologías de mayor alcance hasta el momento. La excepcional multiplicación de comunidades virtuales variadas y diversas convierte a la Red en lugar de referencia, identificación y construcción de subjetividades que ya casi nadie se atreve a poner en cuestión.

De esta manera, las redes sociales se han transformado en una clara y recurrente herramienta de comunicación para la incidencia. Vale definir las como “una comunidad en la que sus miembros se identifican por algún interés, rasgo, necesidad particular, y participan, interactúan y colaboran para desarrollar ese denominador común. En muchos casos, no todos, las relaciones entre ellos son de tipo horizontal” (Cicalese, 2013). No obstante, es

necesario recordar, como señalamos previamente, que las experiencias humanas se estructuran en redes de manera precedente a las tecnologías digitales. Por tanto, la potencialidad de las redes sociales (como se entienden y analizan en este apartado) depende, intrínsecamente, de las fortalezas y las limitaciones propias de los vínculos entre los actores sociales. Las plataformas tecnológicas funcionan a partir de las comunidades que las ponen en práctica y uso. Pueden, así, actualizarse y perfeccionarse constantemente, adaptándose a las necesidades de sus usuarios/as, o caer en desuso y ser reemplazadas por nuevas herramientas que respondan a renovadas experiencias y preferencias.

Resulta vital, entonces, “planificar estrategias en las redes sociales mediadas por TIC (que) apunten a favorecer una comunicación para la incidencia, (...) una comunicación que habilite acciones concretas sobre una práctica social” (Cicalese, 2013: 37).

“Las producciones comunicacionales feministas que circulan en la Red resultan un reflejo de lo que sucede en las prácticas reales del campo de la militancia y la política feminista”, afirma Fernández Hasan (2011). Sin embargo, entendemos que la relación entre las acciones y estrategias off y on line merece un estudio minucioso, como así también el cómo se fue dando este proceso gradualmente. La periodista e investigadora Graciela Natansohn (2013) manifiesta que la posibilidad de difundir información a bajo costo y el funcionamiento colaborativo bajo una inteligencia colectiva parecen ser factores positivos de la tecnología para promover el desarrollo de la igualdad de derechos y oportunidades para todos y todas. No obstante, tanto en su acceso, desarrollo y uso, también reproducen relaciones de poder y desigualdad. Por esta razón es que desde los feminismos se habla de “brecha digital de género” y se cuestiona la propia constitución de la tecnología y la ciencia que excluye a las mujeres y todos los grupos que no responden a las formas androcéntricas dominantes.

Desde el dictado de la “Sección J” del Plan de Acción de Beijing (1995) y su objetivo estratégico 1, que formuló la necesidad de comprometerse para “Aumentar el acceso de la mujer y su participación en la expresión de sus ideas y la adopción de decisiones en los medios de difusión y por conducto de ellos, así como en las nuevas tecnologías de comunicación”, su concreción no se ha promovido en el ámbito público y privado en América Latina, ni en Argentina, salvo contadas excepciones. Los avances han sido resultado, en la mayoría de los casos, del activismo y esfuerzo colectivo, así como del aprendizaje autodidacta, intromisiones forzadas, individuales, a cuenta gotas, de distintas mujeres en el ámbito de los medios de comunicación y las TIC.

Natansohn (2013) destaca que en pleno Siglo XXI el derecho a la educación digital y el acceso y participación en la toma de decisiones del ámbito virtual continúa siendo un desafío, tanto para los gobiernos como las organizaciones de mujeres. La importancia de

trabajar en ello consiste en la posibilidad que ofrecen las tecnologías de ser usadas para transformar las relaciones de poder disímiles. Y resulta parte fundamental de este recorrido tener conciencia de los límites de las TIC, que por sí mismas no pueden crear la igualdad de géneros ni poner fin a la pobreza, pero pueden ser herramientas para la militancia por los derechos de las mujeres y el cambio positivo en las relaciones de género.

Montserrat Boix (2006) consigna que en este recorrido las mujeres han creado webs y potenciado redes electrónicas que han permitido el intercambio de información, la coordinación de estrategias conjuntas de trabajo y una respuesta mucho más eficaz como grupo oprimido en resistencia. Asimismo, acceder a esa información ha significado mayor capacidad de elección y más recursos. Sin embargo, este proceso es bastante reciente. Las primeras webs creadas por las mujeres en defensa de sus derechos aparecieron hace menos de dos décadas. Naciones Unidas, a través de sus organismos de género, promovió y ayudó a que en América Latina se empezaran a crear las primeras redes.

2.4.1 Ciberfeminismo

“Se denomina ciberfeminismo a la corriente de pensamiento y acción feminista que explora los vínculos entre las mujeres, internet y las tecnologías digitales” (Laudano, 2021: 105). El término deviene de la fusión de "ciberespacio" y "feminismo" y su primera utilización se situó a finales de 1991 y 1992. Así, en la década de los 90 se comenzó a utilizar el concepto para describir el trabajo de las feministas dedicadas a la teoría, la crítica y la explotación de las tecnologías de Internet, el ciberespacio y los medios en general.

La historia del ciberfeminismo en los años 90 se encuentra muy vinculada a la práctica artística del *net-art*. No obstante, existen otros ciberfeminismos más relacionados a la lucha por la igualdad por medio del uso de la red y, en el decir de la investigadora Remedios Zafrá, en búsquedas más equitativas de "habitar" la red. De esta manera, el ciberfeminismo social es la culminación de un movimiento ciberfeminista artístico iniciado en los primeros años de la década de los 90 bajo el paraguas del *net art*, aportando en sus obras la crítica social desde una mirada feminista. En este contexto, y a pesar de su diversidad de prioridades, intereses y tendencias, uno de los nexos más importantes entre grupos ciberfeministas (de los puramente artísticos al ciberfeminismo social), organizaciones de mujeres tradicionales y los movimientos feministas, es la reacción en contra de la violencia que se ejerce hacia las mujeres en todo el planeta. El activismo para denunciarlo y combatirlo ha marcado la dinámica en estas últimas décadas.

Francesca da Rimini, Josephine Starrs, Julianne Pierce y Virginia Barrat con *VNS Matrix* fueron las pioneras en la utilización del concepto ciberfeminismo. Estas artistas partieron de cuestionar las estructuras de poder patriarcales y su estrategia en la imposición

del sometimiento general femenino para investigar y descifrar, luego, las narrativas de dominación y control relacionadas con la cultura tecnológica.

El movimiento artístico ciberfeminista evolucionó, a comienzos del siglo XXI, hacia el ciberfeminismo social que tiene como objetivo difundir información, generar redes de activismo y solidaridad, coordinar iniciativas para mejorar de manera concreta la vida de las mujeres, además de servir de freno a las acciones de abuso de un patriarcado también globalizado (Boix, 2006: 8).

2.4.2 En Argentina

Los feminismos en Argentina han sido potentes históricamente y reconocidos mundialmente. Particularmente, esto ha sido más fuerte y notorio los últimos quince años. En un repaso histórico, Claudia Laudano señala que el ciberactivismo feminista comenzó en los años 90 en la Argentina y significó importantes transformaciones para las mujeres y los feminismos. La primera herramienta que se usó fue “el correo electrónico y el acceso a las primeras conferencias electrónicas y listas de distribución de información por parte de un número acotado de activistas, grupos y ongs feministas” (Laudano, 2018a: 140). La autora alude, en este punto, a la brecha digital de género y clase, que se evidenció en el reducido número de mujeres con acceso a computadoras y servicios de internet, costosos y deficientes por aquel entonces (Laudano, 2021).

Entre las listas electrónicas de debate se destacó, por su significatividad en la construcción y la consolidación de intercambios feministas, la lista de discusión RIMA -Red Informativa de Mujeres de Argentina, vigente desde el 2000 hasta la actualidad. Por dicha lista se llevó adelante una campaña resonante, una de las primeras “cibercampañas en Argentina”, bajo la consigna “Yo aborté”. Ésta contenía múltiples y diversos testimonios y, si bien no era la primera vez que se hablaba del tema en primera persona, su relevancia fue muy valiosa al romper con el clásico formato que, hasta el momento, había sido el único para efectuar estas dinámicas, en talleres o debates presenciales. Su distribución virtual y federal abrió nuevos modelos de alcance e incidencia.

Por esos años aparecen, también, las primeras líneas de acompañamiento o difusión de información para abortar, sumándose a las acciones llevadas adelante desde las nuevas tecnologías, en pos de causas feministas.

Entre el 2006 y el 2009, con las posibilidades que brindó la web 1.0, surgieron los portales informativos de colectivos y grupos de mujeres. La autora señala que el abaratamiento de los costos y las competencias adquiridas gradualmente, “permitieron la apropiación material y simbólica de las TIC por parte de un mayor número de activistas feministas, con tácticas combinadas entre el ciberespacio y el espacio público tradicional” (Laudano, 2021: 106). Se desarrolló allí una “blogósfera feminista”, en el decir de Laudano

(2019), que tuvo que ver con una renovación generacional hacia el interior del feminismo. El formato blogs se instaló como una práctica frecuente de discursos militantes y de resistencia, entre los cuales el feminista no se quedó afuera. Su uso potenció la visibilidad de la agenda y problemática feminista y exigió un bajo nivel de conocimiento técnico/tecnológico, además de ser un soporte gratuito. “El blogueo, especificidad generacional potenció el intercambio y la visibilidad feminista en la web, con la circulación de símbolos, eslóganes y la creatividad estético-política, realimentada por la participación en espacios públicos tradicionales del movimiento de mujeres” (Laudano, 2021: 106).

En el 2005 se constituyó la Campaña por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito que generó, también, una lista particular de difusión de información que facilitó su distribución entre interesadas en la temática. Muy pronto funcionó y se organizó a través de diversos blogs.

Con las herramientas mencionadas, el desafío consistió en trasladar la creatividad estético-política, propia de los feminismos en los espacios públicos tradicionales, a las prácticas *on line*. Se trató de un periodo de transición y aprendizaje, pero breve, ya que la pronta aparición y consolidación de las redes sociales, otorgó nuevos recursos. Puntualmente, la migración la generó *Facebook*, cuyo acceso público se inició en Estados Unidos en 2006 (tras ser creado en 2004 por Mark Zuckerberg, junto con otros estudiantes de la Universidad de Harvard y utilizado de modo interno) y su versión en español se extendió desde 2008.

En Argentina, Laudano (2018a) señala que entre 2011 y 2012 la casi totalidad de los blogs abandonaron su actividad y redirigieron a visitantes y blogueras lectoras hacia sus perfiles en esta revolucionaria red social.

El objetivo central de *Facebook* consistió en habilitar la comunicación con otras personas, a través del intercambio de mensajes con texto, video, música, imágenes y juegos. Sus miembros acceden gratuitamente, a cambio de encontrarse con numerosa publicidad en su pantalla (y cada vez en más sectores, formas e interfaces).

A diferencia de los clásicos medios de comunicación masiva, como la televisión, las redes sociales posibilitan que todos los nodos (integrantes miembros) puedan producir y difundir su contenido. Aunque, claramente, la plataforma soporte y distribuidora pertenezca a grandes y monopólicas empresas de software y defina a quiénes visibilizar y distribuir dicha información.

Facebook se transformó así, en escaso tiempo, en una estructura poderosa como medio de encuentro y difusión de comunidades, grupos y organizaciones de diferente tipo e intereses, herramienta fundamental de ciberactivismo feminista. Esto respondió a su lógica de red, con la posibilidad de distintos niveles de conexión (perfiles personales, fans page, eventos, grupos, seguidores y amigos con distintos niveles de privacidad), que facilitó

mucho la información. Además, y un detalle no menor, se trató de una plataforma bastante sencilla para entender y ser utilizada. Mucho más fácil de trabajar que un blog y mucho más que diseñar y actualizar una página web, que era una tarea de especialistas a quien había que pagar por el servicio.

Posteriormente, se sumó *Twitter*. Esta red también posibilita la inclusión de videos, imágenes o hipervínculos, pero se caracteriza por exigir un límite de extensión de los mensajes originalmente de 140 caracteres y, desde 2017, de 280. Esta plataforma, de uso menos masivo y más sofisticado, se utiliza prioritariamente para la construcción de debate (sobre todo de políticos/as, funcionarios/as, comunicadores/as y personalidades reconocidas). Su posibilidad de generar tendencia y marcar agenda a través de la reiteración de palabras e ideas comunes, unidas sin espacios al signo numeral (*hashtag*), ha sido su mayor potencial de militancia *on line*. Esta plataforma mide los *hashtags* y presenta en un listado de 10 tópicos de tendencia "*Trending Topic*" establecidos por regiones geográficas donde habitan sus diferentes usuarios/as (provincia, estado, país), visibilizando temas, consignas y denuncias que otros sectores e instituciones sociales ocultan. Reguillo (2017) afirma que, más allá de sus características técnicas, el *hashtag* opera fundamentalmente como un "articulador de subjetividades políticas" y, en el marco de acciones colectivas, lo define como uno de sus "brazos performativos". Laudano (2018b) suma que la gran particularidad de *Twitter* consiste, además de su carácter altamente jerárquico, en su elevado nivel de resonancia política y periodística, que no resulta proporcional a su cantidad de usuarios/as.

Los colectivos y redes de los movimientos feministas en el mundo advirtieron la potencia de *Twitter* y comenzaron a actuar en consecuencia. Se promovieron, así, diversas campañas denominadas tuitazos, cuyo objetivo consiste en instalar una temática mediante su posicionamiento como *trending topic* en diversos espacios del globo.

A las consignas internacionales para denunciar casos emblemáticos de abuso sexual, como el perpetrado por "la manada" a una joven en pleno festejo de San Fermín en España, bajo el *hashtag* #YoTeCreo, y los expresados por diversas figuras del cine de Hollywood con la consigna #MeToo, se suman acciones concretas de comunicación para la incidencia generadas en Argentina y extendidas, luego, al mundo, como es el caso de #NiUnaMenos y #VivasNosQueremos.

Por último, y omitiendo muchas redes sociales y herramientas tecnológicas como el propio *whatsApp*, corresponde a este trabajo mencionar a *Instagram*. Se centra en el formato fotográfico y audiovisual. Surgió con fines estéticos, artísticos y personales, pero como suele ocurrir, trascendió a usos sociales y políticos. Una de sus características centrales es el formato cuadrado de sus fotografías, en homenaje a las cámaras Polaroid y las fotografías instantáneas. Sin embargo, la red fue evolucionando, permitiendo en la

actualidad subir y publicar fotos en forma vertical y horizontal (que adapta parcialmente), así como un sistema de mensajería privado, *instagram direct*, publicar *reels* (videos de una duración máxima de hasta 10 minutos) y compartir historias, formato efímero que se conserva público sólo por 24 horas (si no se guarda como destacada) y brinda, entre sus alternativas, la posibilidad de transmitir videos en vivo (con conexión a Internet). Según el especialista Santiago Araújo (2017), ya en agosto del 2017 se confirmó que *Instagram* llegaba a un total de 800 millones de usuarios activos.

Si bien desde sus inicios, esta red permitió compartir lo publicado en otras redes, desde que *Facebook* la compró, pueden vincularse cuentas de ambas redes y publicar simultáneamente los mismos mensajes, como las historias y transmisiones en vivo. Estos habilitaron formas de comunicación muy útiles para visibilizar convocatorias, concentraciones, marchas, eventos artísticos y actos, así como los talleres de los históricos Encuentros Nacionales de Mujeres o sentencias de representativos juicios por casos de trata o de violencia contra las mujeres. De esta manera, el ocultamiento de las temáticas de los Movimientos de Mujeres en los grandes medios fue, en parte, superada. En primer lugar, por agrupaciones y sectores organizados de militancia feminista. Luego, por miles de personas en todo el país que desde lo personal se suman a acciones colectivas, apoyando consignas concretas de igualdad de derechos, o a sujetas y sujetos políticos violentados o discriminados, y demás causas de justicia.

Frente a todo lo expuesto, vale destacar, tal como lo hace la investigadora Claudia Laudano, que los desafíos en el espacio digital aún son los mismos. Por una parte, las cuestiones vinculadas al acceso a las TIC y las competencias comunicativas y, por el otro, que los principales sitios utilizados en las movilizaciones colectivas pertenecen a plataformas corporativas, bajo sus reglas y su rédito económico. “Dentro de los retos pendientes del ciberactivismo feminista, resta un debate amplio acerca de ellas, así como de estrategias con software no propietario” (Laudano, 2021: 109).

2.4.2.1 Hitos de incidencia en redes sociales de Argentina

Un hito en la utilización de las redes sociales para la incidencia en la Argentina fue el surgimiento y las distintas ediciones del #NiUnaMenos.

El 3 de junio de 2015, bajo la consigna “Ni Una Menos”, personas de múltiples ciudades del país se manifestaron contra la violencia hacia las mujeres en una masiva y federal convocatoria, producto de la articulación de una demanda histórica de los movimientos de mujeres del país, junto a la denuncia y el reclamo multimediático y multisectorial.

El puntapié inicial lo desencadenó el brutal femicidio de una joven de 14 años, que se sumó a una larga y cruenta lista del primer semestre de ese 2015. Como reacción

preocupada e indignada, una periodista preguntó en su cuenta personal de Twitter: “¿No vamos a hacer nada? Nos están matando”. La respuesta se tradujo en una convocatoria con movilización para la tarde del 3 de junio en diversos lugares del país.

La periodista Valeria Sampedro integró el núcleo que, sin pensar la magnitud que iba a alcanzar, formó parte de aquel hecho:

En ese momento pensábamos en hacer algo a modo de acción de ciudadanas, por fuera de nuestro rol de periodistas. El factor a favor que supimos potenciar sin saber lo que después iba a ocurrir fue esto de juntar a un grupo de periodistas que al menos sabíamos cómo instalar un tema en la agenda de medios masivos... En el momento aspirábamos a una foto, a un recorte de diario (Sampedro, 2017).

Rápidamente, la convocatoria se transformó en el hashtag #NiUnaMenos y “se diseminó por los muros de *Facebook*, la red social más utilizada en nuestro país, con 25 millones de usuarios/as mensuales por entonces, frente a los 5 millones de *Twitter*”, señala Claudia Laudano (2018a: 143). La investigadora advierte, sin embargo, que “lejos de ser un fenómeno espontáneo, la iniciativa se gestó durante 23 días”. Y esta afirmación da cuenta que las acciones y estrategias *on line* y *of line* de los movimientos de mujeres, ineludiblemente funcionan entrelazadas, buscando y logrando potenciarse.

La elevada y continua presencia de la temática y el *hashtag* en las redes sociales exigió a los medios tradicionales de comunicación un abordaje periodístico. Laudano (2018a) recuerda que esto se desarrolló, en primer lugar, en las versiones digitales de los grandes medios de comunicación del país y, luego, en múltiples espacios radiales y televisivos, por horas y horas (algunos con audiencias masivas), diarios nacionales, agencias informativas y publicaciones periódicas de todo el país. Así, podemos aseverar que el primer resultado de incidencia alcanzado repercutió en la llegada de las demandas feministas a los medios hegemónicos de comunicación.

Mientras en las diversas ciudades los movimientos de mujeres se reunían para organizar la logística de las masivas marchas que se esperaban en cada lugar, con acaloradas asambleas y debates, en las redes sociales se promovió el ciberactivismo. La principal modalidad de adhesión que se buscó fue la publicación de una foto o *selfie* con el cartel #NiUnaMenos, una intervención sencilla y de baja intensidad de compromiso, apelando a personas conocidas de diferentes ámbitos, en particular del espectáculo y del deporte, para llegar a sus seguidores/as, reales y virtuales. “Resultó una práctica de alta eficacia simbólica para extender los márgenes de la visibilidad de la propuesta” (Laudano, 2018a: 147).

Asimismo, los feminismos organizados sostuvieron y extendieron los puntos de concentraciones y marchas de todo el país, exhibieron las discusiones y asambleas, los encuentros y la organización colectiva. Laudano (2017) manifiesta que durante ese periodo (23 días) se abrieron en *Facebook* 110 sitios bajo la denominación Ni Una Menos más el

nombre de diversas localidades, en el formato de páginas, grupos de organización y eventos de convocatoria pública.

También en *Twitter* se vivenció “un hecho inédito en la historia de la plataforma en español: una temática del movimiento de mujeres y el feminismo lideró las tendencias de la conversación nacional y, luego, la global” (Laudano: 2018a, 143). La investigadora (2018) relata que el *hashtag* #NiUnaMenos alcanzó el primer puesto del ranking de tendencias nacional (TT) durante todo el día y alcanzó tendencia global, luego del mediodía. Evidencia cuantitativa como así también cualitativa, expresión “de la apropiación de la plataforma digital” por parte de una comunidad activa, sensibilizada con la problemática de violencia hacia las mujeres. Comunidad, por cierto, que excedió a las integrantes de los movimientos feministas.

Así,

la amalgama de acciones *on y off line*, a lo largo y ancho del país, de grupos de mujeres y feministas, jóvenes, docentes, estudiantes, organizaciones sociales y partidos políticos, junto al apoyo de gran parte del arco periodístico-mediático, generaron alrededor de 400.000 personas en las calles de, al menos, 240 localidades argentinas, según el relevamiento de las múltiples asambleas organizadoras del país (Laudano, 2018a: 42).

De esta manera, la discusión de la problemática, sus alarmantes estadísticas y la ausencia de un Estado garantizando la implementación de la Ley 26.485 de protección integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales, alcanzó los medios de comunicación masivos, instituciones escolares, espacios de trabajo y gestiones gubernamentales. Exigió respuestas sobre el presupuesto destinado a campañas de detección y prevención, a capacitación del personal policial y judicial, a espacios de contención y refugios para mujeres e hijos/as afectados/as. Evidenció la ausencia de políticas eficientes y de información pública que cuantificara casos de violencia hacia las mujeres y de su máxima expresión, los femicidios. Así como también, de acceso a herramientas y espacios de protección y asistencia. Todo esto significó una clara incidencia de los movimientos de mujeres y feminismos en el discurso social, transformándose a partir de ese momento, en un actor y voz política fundamental e ineludible, no solo nacionalmente, sino también a nivel internacional.

La acción también denunció con énfasis el rol de los medios de comunicación.

El modo en que los medios, mayoritariamente, tratan el problema, debe transformarse por completo: en muchos casos culpabilizan a las víctimas de su destino: hablan de su vestimenta, sus amistades, sus modos de divertirse. En el fondo, agitan allí el 'algo habrán hecho' (Laudano, 2018a: 109).

Además, enfatizó que el

tratamiento noticioso de los casos de niñas y mujeres asesinadas o desaparecidas, con la invasión de la intimidad de las víctimas y la insistencia en revelar el *modus operandi* del

asesino, contribuyen a que el feminicidio se naturalice o se lo convierta en insumo para que el show continúe (Laudano, 2018a: 109).

Otro hito importante a destacar, cuya particularidad reside en su organización y alcance internacional, fue el primer paro internacional de mujeres, llevado a cabo el 8 de marzo de 2017. Se trató de un hecho inédito en la historia del movimiento feminista global, impulsado por participantes de 57 países de los cinco continentes, con notable activismo de latinoamericanas y caribeñas.

Laudano (2019) describe cómo se llevó adelante la organización de esta significativa acción global:

sobre la base de un conjunto discreto de recursos digitales, pertenecientes a distintos momentos del ecosistema de medios, concentrados en un par de plataformas comerciales (*Facebook* y *Twitter*), una página web y una dirección de correo electrónico (2019: 361).

A los que se sumaron otros dispositivos para la organización interna, como *Skype* y *Whatsapp*. El grupo impulsor del paro internacional confeccionó un evento central en la plataforma *Facebook*, coordinado por mujeres polacas y latinoamericanas. Con el tiempo, esta red social se transformó en el espacio compilador de las adhesiones al paro por parte de los países, con los respectivos enlaces a cada evento local en la misma plataforma.

En cuanto a *Twitter*, además de difundir y generar apoyo internacional en algunos países donde las mujeres se encuentran más fuertemente vulneradas, las acciones tácticas se visibilizaron a través de los *hashtags* #8M, #MujeresEnHuelga y #NosotrasParamos e innumerables testimonios sobre las razones del paro, la situación de precariedad y desigualdad en distintos órdenes sociales, las luchas por diferentes derechos y los anhelos de transformación.

Más allá del logro habilidoso de liderar los tópicos *trending* de las conversaciones por largas horas en la plataforma, con visibilidad nacional e internacional, “los miles de posteos bajo cada *hashtag* pueden ser leídos como mapas irrepitibles que amplían los horizontes de inteligibilidad de las condiciones de subordinación y las desigualdades generizadas en múltiples cruces” (Laudano, 2019: 362).

Como balance de la acción ciberfeminista del 8M de 2017, la investigadora (2021) plantea que dio cuenta de la capacidad de movilización *on* y *offline* de los movimientos de mujeres, como sujeto político internacional, en el contexto de la oleada de manifestaciones multitudinarias con deseos de transformación social de distintas desigualdades e inequidades.

Este uso de las redes sociales para la incidencia política se ha reiterado en Argentina en nuevas convocatorias #NiUnaMenos, así como ante la organización del #8M y el Paro Internacional de Mujeres 2017 y 2018, extendiendo el ciberfeminismo, las alianzas y acuerdos globalmente. Se han promovido tuitazos, campañas y acciones en redes sociales

para jerarquizar y visibilizar determinadas temáticas en la discusión pública; acompañar de manera puntual causas policiales (como búsquedas de chicas y mujeres desaparecidas); procesos judiciales (como juicios por violencia hacia las mujeres, femicidios, travesticidios, abuso sexual infantil, lesbofobia, trata) y tratamientos legislativos.

En esta tesis analizaremos las múltiples estrategias generadas durante la discusión de la legalización del aborto que vistieron de verde (color representativo de la *Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito* en la Argentina) las redes sociales y las calles de Argentina, durante el debate del proyecto en comisiones y en cada una de las cámaras, tanto en 2018 como en 2020.

Capítulo 3: Salud sexual y reproductiva como derecho humano

El derecho a la salud constituye uno de los denominados derechos humanos fundamentales, aquellos que existen con anterioridad a la sociedad y al Estado, ya que corresponden a la persona humana por su condición de tal y por el solo hecho de serlo. Los fundamentos del derecho a la salud en la Argentina se encuentran en el propio texto de la Constitución Nacional (en numerosos artículos), en los fallos de la Corte Suprema de Justicia de la Nación, en los tratados internacionales de derechos humanos incorporados a nuestra Carta Magna y a las interpretaciones, observaciones y recomendaciones realizadas por los organismos pertinentes creados por dichos tratados para la aplicación de sus prescripciones.

Por su parte, el acceso a la interrupción voluntaria del embarazo se enmarca dentro del derecho al acceso a la salud de las personas gestantes. Puntualmente, forma parte de la salud sexual, reproductiva y no reproductiva², cuyo ejercicio y desarrollo ha sido continuamente invisibilizado, negado y resistido, tanto por el Estado como por la sociedad toda, por motivos políticos, ideológicos, religiosos, morales, culturales y demás razones. Vale destacar en este punto que el concepto de sexualidad y sus prácticas ha sido tabú durante siglos, comprendido como un aspecto del ámbito privado de las personas, en el cual las instituciones, incluido el Estado, no debían intervenir.

El movimiento feminista, en general, ha abordado la sexualidad a partir de las consecuencias negativas que sufren los cuerpos de las mujeres. De esta manera, se ha considerado al cuerpo de las mujeres como fuente de peligro, el cuerpo como víctima y forma de control de las mujeres. Temas como el aborto, la prostitución, la pornografía, la explotación sexual, la violencia sexual, han sido los centrales para la movilización y la actuación política.

Las mujeres en nuestra cultura viven con el temor sexual como una segunda piel, que es diferente para cada una de nosotras según sea nuestra raza, clase social, preferencia y comunidad sexual... La sexualidad es peligrosa. Es espantosa, inexplorada y se presenta amenazadora (Hollibaugh, 1989: 192).

² El término Derechos Reproductivos o Derechos Sexuales y Reproductivos tiene una larga historia dentro de los feminismos. Sin embargo, Josefina Brown (2008) incorpora al concepto la expresión "(no)reproductivos" ya que considera que el mismo implica, simultáneamente, tres asuntos: 1) los derechos relativos a la seguridad en el embarazo, parto, puerperio y el acceso a asistencia y tratamientos de fertilización asistida; vinculado directamente con la reproducción; 2) los derechos relativos a decidir si tener o no hijos o hijas, a decidir con quién, cómo y cuántos y a tener los medios seguros para poder llevar adelante esas elecciones que se vinculan con la no reproducción; 3) los derechos relativos al ejercicio libre de la sexualidad sin discriminación, coerción o violencia. Brown destaca que "derechos reproductivos" pone el énfasis en el primer aspecto, el reproductivo, aunque se supone que incluye el segundo: la no reproducción. Sin embargo, para que ambas significaciones sean visibilizadas de manera explícita, elige sumar el (no), entre paréntesis. De allí mi preferencia por la denominación "derechos (no)reproductivos y sexuales".

En la Declaración Universal de Derechos Humanos, proclamada en 1948 por los Estados integrantes de las Naciones Unidas, se configuraron los derechos humanos con vocación universal. Resulta interesante agregar que fue gracias al poder de la exprimera dama de Estados Unidos, Eleanor Roosevelt, que se adoptó el término “derechos humanos”, con el fin de que incluyera a las mujeres. El artículo 2 de la Declaración Universal establece que: “Toda persona tiene todos los derechos y libertades proclamados en esta Declaración, sin distinción alguna de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición”; y el artículo 7 indica que: “Todos tienen derecho a igual protección contra toda discriminación que infrinja esta Declaración y contra toda provocación a tal discriminación”. Esto significa entonces que, efectivamente, no se aceptarían esas discriminaciones. Sin embargo, mucho se ha dicho y escrito acerca de que, a pesar de decir derechos humanos, esta declaración estuvo pensada en términos masculinos. Es decir, atendía a las violaciones que sufrían principalmente los hombres, por actuar en el ámbito público o por cuestiones vinculadas a la producción. El universal masculino dejaba de lado lo que sucedía en el ámbito privado y en el reproductivo, así como el conjunto de derechos sexuales y derechos reproductivos, a excepción del libre consentimiento para contraer matrimonio.

A estas declaraciones le siguieron los pactos, protocolos y convenciones; mecanismos de control y monitoreo vinculantes para los Estados que los ratifican. Así se fueron formando los diferentes comités de los principales instrumentos de derechos humanos de Naciones Unidas. En nuestra región, la OEA aprobó en 1969 la Convención Americana sobre Derechos Humanos, conocida como Pacto de San José, que entró efectivamente en vigencia en 1978 en Argentina (al alcanzar las once ratificaciones necesarias). Sin embargo, faltaban aún dos décadas para que comenzara la relectura desde las mujeres de los instrumentos de derechos humanos.

Poco después de las declaraciones universal y americana, empezaron a aprobarse en ambos sistemas una serie de resoluciones, declaraciones y exhortaciones a favor de los derechos de las mujeres. En ello hay que reconocer la lucha y aportes de las mujeres, agregando temas, visiones, ideas, reflexiones. El hecho de que se hayan comenzado a establecer políticas de salud para la mujer implicó la contribución de la misma al desarrollo en dos sentidos,

por una parte, como medio para garantizar la reproducción biológica y la sobrevivencia de los hijos mediante los cuidados y la alimentación maternos y, por la otra, como recurso que participa en el desarrollo de programas y servicios de salud que benefician a la población. En ambos casos las mujeres son vistas como un “insumo” para la salud de la población y para el propio desarrollo sectorial (De Los Ríos, 1993: 6).

Pero no fue sino hasta 1979 que se contó con un instrumento que cambió la concepción de los derechos humanos de las mujeres: la Convención para la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (conocida por sus siglas en inglés, CEDAW).

La jurista feminista Alda Facio (2002) la considera como “la Carta Magna de todas las mujeres”. Según esta autora, la CEDAW es el primer instrumento internacional de derechos humanos con perspectiva de género; amplía la responsabilidad estatal a actos que cometen personas privadas, empresas o instituciones no estatales y no gubernamentales, obliga a los Estados a adoptar medidas concretas para eliminar la discriminación hacia las mujeres, permite medidas transitorias de acción afirmativa o de acción positiva (o como Facio prefiere denominarlas, medidas correctivas), reconoce el papel de la cultura y las tradiciones en el mantenimiento de la discriminación y obliga al Estado a eliminar los estereotipos en los roles de hombres y mujeres, define la discriminación y establece un concepto de igualdad sustantiva. La Convención no solamente equiparó a las mujeres con los hombres (como cuando se logró el sufragio), sino que está pensada en femenino, incluyendo lo privado y lo público. Une también lo productivo y reproductivo. En ella no se considera como trabajo solamente el empleo, sino también, por primera vez, el trabajo reproductivo, el trabajo doméstico. A su vez, la Convención hace referencia al acceso a la información que contribuya a asegurar los derechos a la salud, a la protección de la maternidad y al bienestar de la familia, incorporando la información y el asesoramiento sobre planificación familiar. De esta manera se expresa el derecho “a decidir libre y responsablemente el número de sus hijos y el intervalo entre los nacimientos y a tener acceso a la información, la educación y los medios que les permitan ejercer estos derechos”.

El concepto de Salud Sexual y Reproductiva, como tal, nació en la Conferencia Internacional sobre Población y Desarrollo de Naciones Unidas (CIPD) que tuvo lugar en El Cairo en 1994, el cual sustituyó el término de Salud Materna e Infantil. Esta sustitución hace referencia a los derechos sexuales y reproductivos de mujeres y hombres. Fue considerado un logro a raíz del trabajo que los movimientos feministas realizaron durante décadas. A su vez, a partir de esta Conferencia, se establece que las políticas de población deben basarse en el bienestar y calidad de vida de los individuos y no como una mera regulación de las relaciones sexuales con fines reproductivos, así comienza a darse una gran importancia al respeto de la sexualidad y la reproducción. En este sentido, y al reconocerse la salud sexual y reproductiva como derecho, Silvia Levín plantea que:

el orden jurídico, en tanto conjunto de reglas que regula y ordena la convivencia en sociedad, no adopta una posición neutral al cumplir esas funciones. Por el contrario, en esa regulación y en ese orden se ponen de manifiesto posturas, valores, principios y creencias que inciden no sólo en la determinación de los parámetros de esa convivencia, sino además en la

conformación jurídica de los sujetos a los cuales van dirigidas esas disposiciones. El derecho tiene la fuerza de la autoridad, tiene el status de lo preestablecido y fija el alcance del deber ser (Levín, 2003: 3).

En la Conferencia de Naciones Unidas, se define a la Salud Reproductiva como

un estado general de bienestar físico, mental y social, y no de mera ausencia de enfermedades o dolencias, en todos los aspectos relacionados con el sistema reproductivo y sus funciones y procesos. En consecuencia, la salud reproductiva entraña la capacidad de disfrutar de una vida sexual satisfactoria y sin riesgos y de procrear, y la libertad para decidir hacerlo o no hacerlo, cuándo y con qué frecuencia.

En este sentido, se incluye el derecho a recibir información acerca de la planificación familiar y métodos anticonceptivos, en consonancia con aquellas conferencias que anteriormente mencionamos. También aquí es definida la salud sexual “cuyo objetivo es el desarrollo de la vida y de las relaciones personales y no meramente el asesoramiento y la atención en materia de reproducción y de enfermedades de transmisión sexual”.

En la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer de Naciones Unidas, en Beijing en 1995, también se plantearon los derechos de la mujer y el de salud sexual y reproductiva, lo cual significó un importante punto de inflexión para la agenda mundial de igualdad de género. Allí se aprobó la “Declaración y la Plataforma de Acción de Beijing” tomada como guía para 189 países que la adoptaron. La misma hizo referencia al empoderamiento de la mujer y a la igualdad de género en diversos aspectos. En la misma se reconoce que “la buena salud es indispensable para vivir en forma productiva y satisfactoria y el derecho de todas las mujeres a controlar todos los aspectos de su salud y en particular su propia fecundidad es fundamental para su emancipación”. Luego, en el año 2000, en la Cumbre del Milenio, se plantearon como objetivos la reducción de la mortalidad de mujeres gestantes y el avance hacia la igualdad entre los géneros, junto con el empoderamiento de las mujeres. Sin embargo, a raíz de las dificultades para alcanzar dichos objetivos, el plazo se prorrogó hasta el año 2015. Superado dicho año, se concluyó que múltiples servicios y derechos no son garantizados, que las enfermedades de transmisión sexual aumentan, así como también sucede con la violencia contra las mujeres, que la mortalidad de mujeres gestantes no se redujo, sino que de manera constante surgen nuevas problemáticas que atender y que aún es necesario mucho trabajo para lograr la igualdad pregonada.

3.1 Derechos sexuales y reproductivos en el cuerpo “no hegemónico”

Al referirnos a la Salud Sexual y Reproductiva comprendemos que se encuentra ligada a la sexualidad, la cual nace con la persona y evoluciona moldeando su identidad en cada fase de desarrollo, época y sociedad particular:

El término sexualidad se refiere a una dimensión fundamental del hecho de ser humano; es más amplio que el de sexo, implica conocimientos bio-psicológicos, socio-culturales, políticos, económicos y religiosos de la relación entre los sexos. Se experimenta o expresa en formas de

pensamientos, fantasías, deseos, creencias, actitudes, valores, actividades etcétera. En resumen, la sexualidad se practica y expresa en todo lo que somos, sentimos, pensamos y hacemos (Vasallo Mantilla, C. 2007: 2).

La sexualidad es una construcción social determinada por las relaciones, instituciones, cultura, contexto con el que convivimos y nos formamos desde que nacemos. De esta manera, se van tejiendo redes, producciones culturales, sociales y políticas que definen nuestra identidad y la sexualidad al no ser estática, también va mutando al modificarse la sociedad misma, cultura e historia. A partir de ello, definimos a los Derechos Sexuales y Reproductivos (DDSSyRR) como derechos humanos universales, interdependientes, que se viven y actúan de modo conjunto e integral. Implican el derecho de todas las personas a tener el control y decidir libremente sobre los asuntos relacionados con su sexualidad, sin recibir coerción, discriminación ni violencia.

Específicamente, al referirnos a los derechos sexuales, lo que se protege es la libertad sexual de cada persona, es decir, el derecho a decidir qué es sexualidad o qué no es sexualidad, con quién tener sexo y cuándo. Esto es muy importante para las mujeres, pues en casos de violación, con frecuencia se argumenta que ella pudo haber tenido relaciones constantes con el agresor; pero quizás ella no quería tener relaciones sexuales en ese momento y fue forzada a hacerlo. El punto es que las personas tenemos derecho a decidir sobre lo más básico: sobre nuestro cuerpo.

En el caso de los derechos reproductivos, el bien protegido es la libertad de cada persona a decidir sobre el número y espaciamiento de los hijos e hijas, así como a contar con la información y los medios para hacerlo. Sin embargo, atendiendo a la asimetría de poder social existente, resulta necesario analizar si el acceso y ejercicio de dichos derechos ha sido y es igualitario entre mujeres, hombres y disidencias sexuales. En relación a ello, Alejandra Ciriza recuerda que la concepción liberal de los derechos cuestiona, respecto del concepto de ciudadanía, la relación entre derechos ciudadanos y derechos individuales:

los derechos sexuales y reproductivos constituyen un punto significativo en el proceso de ciudadanización del colectivo de mujeres. Es decir, si las feministas hemos sostenido históricamente que lo personal es político, la regulación de la cantidad de nacimientos, así como las decisiones inherentes a la identidad sexual y de género y los derechos relativos al libre ejercicio de la propia orientación sexual, objeto de decisiones personales e identificaciones subjetivas, cobran un significado profundamente político (2007: 312).

En este sentido, Silvia Levin (2006) menciona en su tesis doctoral sobre los derechos de ciudadanía sexuales y reproductivos de la mujer en Argentina entre 1990 y 2005, que se evidencia una tensión entre autonomía privada y autonomía pública en relación con la ciudadanía de la mujer. El estado de derecho garantiza a la mujer la salud sexual y reproductiva pero no le otorga independencia, autonomía de la voluntad, para tomar decisiones sobre su cuerpo. Y para alcanzar la autonomía pública, previamente se

debe garantizar a la mujer la libertad del cuerpo más que la salud. Si no es libre, no puede tener opciones.

La mujer no tiene opciones frente al embarazo, está obligada a ser madre. Sin embargo, otorgar opciones para decidir libremente no implica condicionar elecciones, es decir abortar. Alcanzar la ciudadanía autónoma para la mujer requiere tanto renovar un "compromiso ético" de la democracia para lograr la autonomía pública como exigir garantías suficientes al Estado de Derecho (Levin, 2006: 102).

Ana María Fernández plantea, en *La Mujer de la Ilusión* (1993), que es necesario analizar el nivel político de la diferencia y aseverar que uno de los ejes en la problemática de los géneros es político, y esto equivale a decir que existen relaciones de poder entre ellos. Los hombres están donde están porque tienen más poder que las mujeres y porque lo ejercen en todo momento, ya sea en la vida privada o en la pública. En consecuencia, la autora destaca la dimensión política de la vida privada, es decir, en la construcción de la subjetividad el otro/a desde el que nos construimos como sujetos, no es otro/a en general, sino superior o inferior. En una cultura donde todo se jerarquiza, todo ser humano puede aprender a hablar, pero no todos/as tienen la palabra. "Las mujeres tenemos una larga historia de exilios en relación con la palabra" (Fernández, 1993: 114). Así, la intolerancia hacia quien es diferente, transformarlo/a en peligroso/a, inferior o enfermo/a forma parte de uno de los problemas centrales de toda formación social: producir y reproducir incesantemente las condiciones que lo hagan posible. Dice la autora

para ello, es necesario que la discriminación de grupos e individuos, el reparto desigual del poder, la riqueza y los bienes simbólicos y eróticos parezcan natural. La naturalización de la injusticia no es un proceso espontáneo; muy por el contrario, hay que producirlo (Fernández, 1993: 115).

Y, además, conlleva toda una intencionalidad que tiene que ver con mantener el orden establecido en el cual sólo unos pocos gozan de los derechos y detentan el poder económico, político y social. Por esto, tal como plantea Fernández, la formación de consenso juega un papel fundamental, de lo contrario el orden solo podría mantenerse por la fuerza represiva. Según la autora, dos son las condiciones necesarias para la producción y el mantenimiento del consenso en nuestra sociedad: la discriminación debe permanecer oculta y los discriminados y discriminadas deben articularse con el resto de la sociedad, pero de tal modo que no peligren las reglas vigentes.

Se impone la inferioridad a través del sentido común dominante difundido en los discursos y explicaciones religiosas y científicas. Esto es clave en los sistemas dominantes, como continuaremos analizando en los próximos capítulos, donde también abordaremos la fuerte intervención del discurso mediático.

En lo que a desigualdad de género respecta, Fernández sostiene que hay dos maneras de naturalizar la discriminación:

- Es natural que las mujeres ocupen un lugar subordinado, ya que son inferiores.
- Hoy ya no existe la discriminación.

3.2 DDSSyRR en Argentina

Miranda Ferrara, en su tesis de grado titulada *Historia de los Derechos Sexuales y reproductivos en la Argentina* (2016), señala que en la mayor parte del mundo la década de 1960 representó un quiebre. En el ámbito de la salud sexual y reproductiva, éste estuvo signado por el surgimiento de la pastilla anticonceptiva. Si bien este mecanismo moderno fue inicialmente pensado desde la idea de la planificación familiar y no como un anticonceptivo que habilitó una verdadera liberación sexual, generó mucho debate dentro de los movimientos feministas que presentaron posiciones encontradas al respecto. Por una parte, se entendió la pastilla anticonceptiva como un nuevo control sobre el cuerpo de la mujer, que le exigía medicalizarse sin estar enferma. Desde esta posición, se demandó un anticonceptivo para varones. Por otra parte, la misma idea expresó la liberación del cuerpo de la mujer, históricamente apropiado por el patriarcado, el esposo, la Iglesia o el Estado, a un autocontrol por parte de la propia mujer.

Si bien Argentina no estuvo ajena a estos movimientos de modernización y secularización dentro de un clima de agitación social y político creciente, las acciones en relación a la salud sexual y reproductiva se basaron en intereses geopolíticos, geomilitares o religiosos. De esta manera, los grandes cambios se iniciaron en la década del 80, luego de múltiples políticas pro natalidad y control de las mujeres y sus cuerpos, determinados por la sucesión de gobiernos militares, civiles y dictatoriales de dichas décadas.

Así es que, a partir del regreso de la democracia, comenzó a darse relevancia a las temáticas relacionadas con la salud sexual y reproductiva en nuestro país. Sin embargo, Alejandra Ciriza (2005) señala que el panorama se presentó complejo y contradictorio: si las mujeres adquirían protagonismo, la cuestión de sexualidad y lo que comenzaba a llamarse derechos reproductivos hallaba un terreno previamente marcado por la tradición pronatalista del Estado argentino, a lo que hay que sumar el peso político y social de la cúpula de la Iglesia católica local, de tradición notablemente conservadora.

La Convención por la Eliminación de Todas las formas de Discriminación contra la mujer (CEDAW) dictada en 1979 fue ratificada recién en 1985 en Argentina. Si bien existió un clima favorable para dar lugar a políticas de igualdad hacia las mujeres incorporando temáticas de salud sexual y reproductiva, se trató de un proceso complejo y paulatino.

En 1986, por Decreto, se derogó el Decreto N° 659 que en 1974 (durante la presidencia de Domingo Perón) exigió controlar mediante receta médica,

la comercialización de anticonceptivos y prohibir el desarrollo de actividades relacionadas con el control de la natalidad. Además, se impidió la prestación de servicios de planificación familiar en los hospitales públicos, con la consecuencia de que sólo los sectores de la

población con acceso a la medicina privada contaron con atención especializada en materia de anticoncepción, mientras las clases trabajadoras y los sectores populares quedaron prácticamente desprotegidos (D'atri, 2011: 4).

Simultáneamente, se dio gran importancia desde el Estado a la difusión y asesoramiento en lo referente a anticoncepción de manera de ejercer el derecho de decidir el número y espaciamiento de los/as hijos/as. Un año más tarde se creó la Subsecretaría de la Mujer, dependiente del Ministerio de Salud y Acción Social de la Nación, lo cual dejó entrever la necesidad de otorgar un espacio a una temática que se encontraba en agenda. Este espacio se renombró en 1991 como Consejo Nacional de la Mujer, dependiente de la Presidencia de la Nación.

La polémica por los derechos sexuales se fue sutilizando. Se hablaba de “derechos reproductivos”, de “salud reproductiva”, de “paternidad y maternidad responsable”, muy pocas veces, de sexualidad. Recién en 1993 se derogó el Decreto N° 3.938/77 expuesto por la Dictadura Militar bajo el nombre de “Objetivos y Políticas Nacionales de Población”, y se adoptó la Declaración sobre la Eliminación de la Violencia contra la Mujer. En esta nueva década se evidenció un notorio rol activo y poderoso de la Iglesia Católica al intentar introducir la “Cláusula Barra” (inspirada en el Ministro de Justicia Rodolfo Barra) en la modificación de la Constitución Nacional. Dicha cláusula defendía la vida desde el momento de la concepción y hasta la muerte natural y su objetivo consistía en anular el debate acerca de la legalización del aborto y de la eutanasia:

Sólo la resistencia civil encarnada por organizaciones no gubernamentales de mujeres, como el Foro por los Derechos Reproductivos y un grupo de activistas feministas, nucleadas en Autoconvocadas por el Derecho a Decidir, pudo detener lo que hubiera significado incluso la eliminación de los escasos resquicios legales existentes: el artículo 86, inciso 2 del Código Penal (Ciriza, 2005: 22).

En la reforma constitucional de 1994 se incorporaron tratados internacionales concernientes a derechos humanos (Art. 75 Inc. 22 y 23), lo cual cimentó una base importante para encarar la conquista de nuevos derechos.

En 1995 se trató un proyecto en la Cámara de Diputados en donde se proponía la creación de un Programa Nacional de Procreación Responsable que incluía la provisión de servicios gratuitos en los hospitales públicos. El principal opositor de la ley era el mismísimo presidente, Carlos Menem (embajador premiado por la Santa Sede), quien instituyó el 25 de marzo como el “Día del Niño por Nacer”, acción impulsada por el Vaticano en contra del aborto. A pesar de haber caducado en 1997, fue útil para instalar debates que lograron la aprobación de legislación sobre salud reproductiva en diversas provincias argentinas: Chaco y Mendoza (1996), Neuquén (1997), Chubut y Jujuy (1999), CABA y Río Negro (2000), Santa Fe y Tierra del Fuego (2001).

La década del 2000 signó a la Argentina en una durísima crisis política, económica y social que puso en jaque el orden capitalista que se buscó sostener por todos los medios. La explosión de las demandas históricamente relegadas se hizo oír en las calles e hizo caer a una sucesión de presidentes que llegaron con mucho discurso, pero escasa escucha y respuestas.

En 2003, con el porcentaje de votos más bajo de la historia democrática argentina (tras suspenderse la segunda vuelta electoral por la decisión del candidato opositor, Carlos Menem), llegó a la presidencia Néstor Kirchner y, con él, una sucesión de políticas progresistas y ampliación de derechos sociales de avanzada, militados durante años y años por colectivos y movimientos sociales y de mujeres.

En el medio de esta crisis, y ante el tratamiento trunco de la Ley de Procreación Responsable, que dio lugar a la visibilización de esta problemática y la legislación efectiva de la misma en varias provincias, el proyecto continuó latente. Finalmente, en 2002 se aprobó la Ley N° 25.673 que creó el Programa Nacional de Salud Sexual y Procreación Responsable. Este programa hizo énfasis en garantizar el acceso a la información, a los anticonceptivos para toda la población en igualdad de derechos, equidad y justicia social, capacitar en programas provinciales y brindar asistencia a los equipos de salud destinados a tales fines. La ley estipuló igualdad en acceso a los métodos anticonceptivos desde los 14 años en adelante, reconociendo los derechos sexuales y reproductivos de las adolescencias, sin necesidad de la compañía de una persona mayor de edad. Asimismo, mediante su decreto reglamentario (N° 1.282/2003), se promovió la creación de Consejerías en Salud Sexual y Reproductiva en los servicios de salud pública de todo el país, posibilitando el acceso universal y gratuito a información y asesoramiento profesional. El dispositivo es definido como

una estrategia central de promoción y prevención de la salud sexual y reproductiva con perspectiva de derechos y género. Las consejerías, en un sentido amplio, constituyen un dispositivo que promueve la autonomía, la confidencialidad y el pensamiento crítico, donde se deben incorporar estrategias de capacitación, sensibilización y fortalecimiento para mejorar el acceso al sistema de salud y la calidad de la atención en los efectores de salud (Decreto reglamentario N° 1.282/2003).

Dado que las provincias son las responsables directas de la gestión de la salud, la implementación del programa posibilitó el aumento de la disponibilidad gratuita de insumos anticonceptivos en todo el territorio nacional y la coordinación y el apoyo a las iniciativas provinciales caracterizadas por la heterogeneidad en su desarrollo. Los insumos disponibles se sumaron a aquellos ya distribuidos por las provincias que tenían programas e hicieron posible su disponibilidad en las que carecían de toda iniciativa en materia de suministro gratuito (Ramos, Bergallo, Romero, Arias Feijoo, 2009: 454).

Otro avance del decreto reglamentario consistió en permitir a los y las profesionales de la salud presentarse como objetores de conciencia, tanto en instituciones públicas como privadas, con previa fundamentación y dentro de cada jurisdicción.

Por otra parte, mediante la resolución N° 310 en el 2004 se estableció que se debe brindar cobertura del 100% en anticonceptivos a los y las beneficiarias de obras sociales y medicinas prepagas, mientras que a quienes carezcan de cobertura, el estado debe garantizarles anticoncepción gratuita en los Centros de Planificación Familiar.

Durante los siguientes años se promoverán y sancionarán una gran cantidad de leyes en torno a los derechos sexuales y reproductivos en la Argentina. En 2002 la sanción de la Ley 25.584 prohibió cualquier tipo de acción institucional que impidiera o perturbara el inicio o prosecución normal de sus estudios a las estudiantes embarazadas o durante el período de lactancia y a los estudiantes en su carácter de progenitores. Dos años más tarde, se concretó la Ley Nacional N° 25.929 de Parto Humanizado, la cual detalló los derechos de las mujeres embarazadas durante dicho proceso, el trabajo de parto, el parto y el postparto. La misma contó con sus réplicas y especificidades en casi todas las provincias, durante esos años.

Otra ley muy debatida y resistida, aún en el presente, fue aprobada en el 2006. Se trata de la Ley N° 26.150, conocida como Ley ESI. Mediante la creación del Programa Nacional de Educación Sexual Integral estableció la enseñanza obligatoria de Educación Sexual Integral en los establecimientos educativos públicos y privados de todo el país, desde el nivel inicial hasta el nivel superior de formación docente y de educación técnica no universitaria. Esta ley cumplió con parte de sus objetivos, como fue el diseño de contenidos mínimos por cada ciclo educativo, desarrollado por un equipo interdisciplinar calificado. Sin embargo, la implementación efectiva no se ha alcanzado hasta el presente, debido a falta de decisión política de la sucesión de gestiones de gobierno para dotar de recurso económico para la capacitación real y gratuita de todo el personal docente, así como debido a las múltiples trabas e impedimentos personales, institucionales y religiosos interpuestos en muchos espacios educativos.

También en 2006 se aprobó la Ley 26.130 que establece que toda persona mayor de edad tiene derecho a acceder a las prácticas de contracepción quirúrgica: "ligadura de trompas" y "ligadura de conductos deferentes o vasectomía", en los servicios del sistema de salud.

Por su parte, la Ley 26.529 (2009) estableció los derechos del/a paciente en su relación con los/as profesionales e instituciones de la salud, y reconoció como derecho la asistencia por parte de los/as trabajadores/as de la salud sin distinción alguna y respetando las condiciones personales de cada paciente. A su vez, expresa el consentimiento informado que plantea que el/la profesional debe brindar primero la información pertinente

para que la persona pueda elegir y/o aceptar de manera consciente determinado procedimiento.

También vale señalar como leyes significativas de dichos años, en el marco de derechos y, específicamente de DDSSyRR: la Ley 26.364 contra la trata, sancionada en 2008 y su posterior rectificatoria en 2012, la Ley 26.485 de protección integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales de 2009 (complementada de nuevos tipos y modalidades de violencia en 2019), la Ley de Matrimonio Civil Igualitario de 2010, la Ley de Identidad de Género de 2012, la Ley de Reproducción Médicamente Asistida sancionada en 2013 y la reforma del Código Civil y Comercial en 2015. De esa manera, Argentina se transformó en un ejemplo internacional de ampliación de derechos sexuales y (no) reproductivos.

3.3 El Derecho a decidir

Cuando hablamos del derecho de las mujeres a decidir sobre su cuerpo nos encontramos con diversas formas de discriminación y desigualdad respecto a los Derechos Sexuales y (no) Reproductivos. Alejandra Ciriza sostiene en la introducción al documento *¿En qué sentido se dice ciudadanía de mujeres? Sobre las paradojas de la abstracción del cuerpo real y el derecho a decidir*, que

la cuestión del aborto de alguna manera condensa, mucho más que otras prácticas anticonceptivas y de regulación de la fertilidad, los dilemas de la relación entre cuerpo y abstracción jurídica, entre derechos sobre el cuerpo y condición ciudadana de las mujeres (Ciriza, 2005: 1).

La autora plantea que

una tensión honda atraviesa la demanda de reconocimiento de derechos relativos al propio cuerpo. En el reclamo del derecho a decidir sobre el cuerpo se proyecta, a no dudar, la sombra de las tradiciones eclesiales y napoleónicas, pero también la de la lógica mercantil que transmuta el cuerpo en propiedad sobre la que se decide, que lo fragmenta en esquirlas, que lo transforma en un objeto físico –metafísico, una suerte curiosa de mercancía desubjetivizada, un argumento que incluso, sin que puedan ellos mismos advertirlo, se cuela en las posiciones sostenidas por los /las fundamentalistas (Ciriza, 2005: 13).

La organización Católicas por el Derechos a Decidir, en un libro titulado *Aborto. Argumentos Católicos a favor del derecho a decidir* expresa que

Para dar vida el cuerpo solo no alcanza. Dar vida, está relacionado con la posibilidad de construir un proyecto personal – tener un hijo/a – en relación con otros proyectos igualmente importantes. Ser madre es una decisión que se reafirma de manera permanente, que se toma cuando sentimos que estamos preparadas. Si esa decisión es libre, oportuna, e informada, se crean las mejores condiciones de salud, protección y bienestar para la mujer y la criatura por venir. En cambio, si la maternidad es forzada es probable que la mujer haga lo posible e incluso lo imposible para interrumpir ese embarazo. En el caso del aborto, la mujer decide, elige (Católicas por el Derecho a Decidir, 2004: 21).

Por su parte, Josefina Leonor Brown, en *Derechos, ciudadanía y mujeres en Argentina*, afirma que el acento se pone en el cuerpo y en la sexualidad como lugares en los que se asienta el dominio patriarcal sobre el género femenino a partir de la identificación básica: mujer = esposa, madre. Dice Brown, “el cuerpo de las mujeres es mucho más “social” que el de los varones en cuanto resulta expropiado en función de su capacidad reproductiva por el esposo, la Iglesia, el Estado” (Brown, 2004: 119). Asimismo, Ciriza (2005) afirma que la visión patriarcal y de dominación de las mujeres por los varones, en definitiva, da cuenta de la irrelevancia de las mujeres como sujetos. Una mujer vasija puede portar un producto de otro, ya sea bajo la forma de alquiler de vientre o de un embarazo no deseado en función de los derechos que otros/as, considerados ellos sí como sujetos, ejercen sobre su cuerpo: Estado, iglesia, aparato judicial, corporación médica. Entonces, de lo que se trata es de hacer de la maternidad, es decir, la reproducción, una elección de y por las mujeres y romper con el único rol y/o destino que impone la sociedad patriarcal: Mujer=Madre, separando la sexualidad de la procreación.

Uno de los puntos/lugares en donde se asienta el patriarcado, y en consecuencia la subordinación de las mujeres respecto de los varones, es el control del cuerpo de las mujeres mediante el control de su sexualidad y las capacidades reproductivas. En este sentido, es un paso fundamental y estratégico para lograr la conquista, autonomía, autodeterminación y libertad de las mujeres, la recuperación de su cuerpo para que se pueda ejercer el derecho a decidir sobre el mismo, rompiendo con el mandato de la maternidad y heterosexualidad obligatoria. En esta línea, la organización católica reflexiona:

la maternidad forzada deshumaniza a las mujeres mientras que la posibilidad de decidir, aunque esta decisión sea interrumpir un embarazo, humaniza a las mujeres, pues se pasa por un proceso en el que se evalúa, se reflexiona, un hecho trascendental en la vida (Católicas por el Derecho a Decidir, 2004: 21).

Es este sentido, Ciriza manifiesta que

La cuestión de los modos como se inscriben los cuerpos en el orden político no sólo involucra la cuestión del aborto como un asunto crucial, sino incluso las respuestas a la pregunta acerca de a quién se puede llamar mujer ¿Sólo las biológicas son mujeres, y entre ellas, solo las que, por parafrasear a Butler, encarnan la cita correcta de la norma de la heterosexualidad obligatoria, que dictamina la coherencia entre sexo, género y deseo? (Butler, 2001; 2002) ¿Son las lesbianas mujeres, o más bien solo lesbianas, debido a que la categoría mujer solo cobra sentido como par polar y complementario de la economía heterosexual, como alguna vez dijera Monique Wittig? (Wittig, 1986) (Ciriza, 2005: 13).

Según Brown,

las relaciones de poder marcan las relaciones entre varones y mujeres, es decir, una determinada construcción del género. La sexualidad y la reproducción constituyen el lugar donde esta diferencia se torna irreprimible y hace visible la no neutralidad del modelo de ciudadanía establecido. Es justamente por la relación de poder y dominación que se encuentra asociada con el ejercicio de la sexualidad y los derechos reproductivos de las mujeres, que este problema, relegado a la esfera privada, lo ponen en discusión los movimientos feministas y de mujeres como asunto político (Brown, 2004: 119).

Por tanto, no es posible desvincular la maternidad de la no- maternidad, es decir la elección de no tener hijos/as y acceder a métodos anticonceptivos, a la ligadura de trompas, por ejemplo, y/o al aborto. Católicas por el Derecho a Decidir plantea una pregunta retórica importante para reflexionar sobre el modelo impuesto a las mujeres ¿Por qué una mujer debe justificar su elección de no ser madre? Si no se le piden cuentas cuando elige serlo. Así, plantean y afirman que “la realidad nos devuelve que la maternidad forzada es una clara violación a los derechos humanos de las mujeres” (Católicas por el Derecho a Decidir, 2004: 21).

Si hablamos de la realidad latinoamericana, el carácter ilegal del aborto en la mayor parte de los países de la región deja, sin tapujo alguno, al mercado como regulador directo de la vida y la muerte de las mujeres que recurren al aborto clandestino.

Si el derecho, además, implica la igualdad abstracta de los sujetos ante el orden universal de la ley, un mínimo criterio de tolerancia indicaría que, sean cuales sean las personales y legítimas convicciones de cada cual sobre el aborto, el Estado democrático debe establecer un marco de solución legal universal y equilibrado, al que pueda acogerse sin riesgo de criminalización la mujer que decide abortar según sus personales convicciones. Aun en el peor de los casos, un Estado no garante debiera operar como representante de los intereses generales, dejando libradas las acciones de los sujetos a sus convicciones particulares y sus posibilidades particulares en el mercado. El carácter ilegal del aborto deja las vidas de las mujeres que deciden abortar en función de sus convicciones personales en manos de los intolerantes (Ciriza, 2005: 15).

En Argentina, los Derechos Sexuales y Reproductivos de las mujeres no sólo no fueron considerados, sino que las prácticas anticonceptivas y el derecho de las mujeres a decidir sobre su cuerpo y su fecundidad fueron desalentados, obstaculizados y en muchos casos, criminalizados por el Estado, tal como vimos en el apartado previo.

Consideramos necesario, en este punto, realizar una reseña de la situación jurídica con respecto al aborto en nuestro país. Nuestra legislación ha sido restrictiva y penalizadora con respecto al aborto desde el mismo Código Penal, cuyo artículo 85 lo señala como un delito contra las personas que pena a quien lo efectúa y a la mujer que se causara o consintiera dicha práctica. Esta situación cambió recién en diciembre de 2020, con la sanción de la Ley 27.610.

Para realizar un relato breve pero completo de la historia del derecho a la interrupción del embarazo en Argentina, apelamos a la genealogía presentada por la Fundación Huésped en su sitio web. Partimos de la sanción del primer Código Penal, en 1886. En éste se penalizaron todos los casos de aborto, sin excepciones. Sin embargo, con la primera reforma del Código en 1903, se estableció la primera salvedad: los casos de tentativa de interrupción del embarazo no son punibles.

En 1921, se realizó la segunda reforma del Código y se establecieron los casos en los que no se debe penar la interrupción del embarazo: cuando se practica con el fin de

evitar un peligro para la vida o la salud de la mujer, cuando se interrumpe un embarazo fruto de una violación o un atentado contra el pudor cometido sobre una mujer idiota o demente.

En 1968, durante el régimen de la autodenominada *Revolución Libertadora Argentina*, entró en vigencia el Decreto Ley N° 17.567 que estableció la no penalización si el peligro para la vida o la salud de la mujer era grave; o en cualquier caso de violación, siempre que éste estuviera judicializado, y con el consentimiento de un representante legal si la mujer fuera menor, idiota o demente. En 1973 en un contexto de democracia, estas modificaciones fueron dejadas sin efecto a través de la sanción de la Ley N° 20.509. A pesar de esto, en el año 1976, nuevamente bajo un gobierno de facto, el autodenominado *Proceso de Reorganización Nacional*, se sancionó el Decreto Ley N° 21.338 que volvió a incorporar las modificaciones realizadas en el Decreto Ley N° 17.567 de 1968. Recién en 1984, el gobierno democrático sancionó la Ley N° 23.077, que retrotrajo el marco legal al Código Penal de 1921, restableciendo los casos de no punibilidad vigentes actualmente.

En 2012, la Corte Suprema se pronunció con un fallo histórico, denominado “F.A.L”, sobre el aborto por violación. En el mismo resolvió que las mujeres violadas, sean “normales o insanas” (de acuerdo al fallo), pueden interrumpir un embarazo sin autorización judicial previa ni temor a sufrir una posterior sanción penal, eximiendo de castigo al/a profesional de la salud que practique la intervención. Según el fallo, solo es necesario una declaración jurada que deje constancia del delito del que fue víctima la persona que quiera interrumpir el embarazo. No obstante, en los hechos, este fallo no generó grandes cambios, ya que no hubo “aborto accesible en el sistema de salud, aun en los casos no punibles. Los abortos son siempre hechos, con diferentes condiciones de costos, seguridad y eficacia, de manera clandestina” (Pecheny y Petracci, 2006: 59).

Según el Banco Mundial, Argentina poseía en 2015 una tasa de mortalidad de mujeres gestantes de 52 muertes por cada 100.000 nacidos vivos, mientras que países de América Latina como Brasil, en el mismo período, se encontraban en 44 x 100.000 nv, Chile marcadamente menor, con 22 x 100.000 nv y Uruguay con 15 x 100.000 nv.

Diversas investigaciones han coincidido en plantear que el aborto inseguro es la primera causa directa de mortalidad de mujeres gestantes jóvenes y de escasos recursos. Al iniciar 2015, el entonces ministro de Salud, Daniel Gollán, habló abiertamente sobre aborto y expresó que se calculaban en Argentina 500 mil abortos anuales y que, según datos oficiales disponibles de 2013, en ese mismo año, 245 mujeres habían muerto por causas relacionadas con el embarazo y, entre ellas, 50 mujeres por abortos. Vale mencionar que se trata de un número aproximado, ya que al ser una práctica clandestina nunca se obtuvieron datos precisos. La información disponible se refiere a hospitalizaciones producidas en efectores públicos por complicaciones relacionadas con abortos, en los

cuales no se distingue entre abortos espontáneos y provocados, por lo que representan solo una fracción de los que ocurren anualmente.

En 2015 el Protocolo para la Atención Integral de las Personas con Derecho a la Interrupción Legal del Embarazo (Protocolo ILE), desarrollado por el Ministerio de Salud de la Nación, retomó los lineamientos del fallo “F.A.L” y agregó consideraciones en cuanto al concepto de salud, incorporando los aspectos físicos, psíquicos y sociales, y aclarando que el peligro de la salud puede ser potencial. De esta manera, se diferenció de los protocolos anteriores desde el título mismo: “Protocolo para la atención integral de las personas con derecho a la interrupción legal del embarazo” y, especialmente, al reconocer el derecho de las mujeres a interrumpir legalmente un embarazo, teniendo además resolución ministerial y haciéndose expresa para todo el territorio a nivel nacional. Entre las distintas dimensiones que incluye para solicitar una interrupción legal del embarazo, se encuentra:

el embarazo representa un peligro para la vida de la mujer y este peligro no puede ser evitado por otros medios; el embarazo proviene de una violación; el embarazo proviene de una violación sobre una mujer con discapacidad intelectual o mental.

Aun tratándose de una modificación fundamental en beneficio de la mujer no evita que muchos casos sigan siendo víctimas de violencias múltiples, negándose y judicializándose dicho derecho. Por estos motivos, el movimiento por la despenalización del aborto buscó legitimar la autonomía personal, el derecho a la intimidad y la privacidad de las personas para decidir sobre su capacidad reproductiva. Para evitar el daño en la salud y vida de las mujeres se exigió la legalización del aborto y que se instituyan servicios públicos que acompañen la decisión, sin condicionamientos ni manipulaciones, garantizando tanto la decisión como servicios post abortos. Asimismo, se destacó que la penalización del aborto conllevaba discriminación ya que aquellas mujeres de nivel socioeconómico medio y alto podían acceder a la práctica de un aborto que, aunque clandestinamente, garantizara las condiciones de salud, mientras que las mujeres de niveles socioeconómicos más bajos ponían en riesgo sus vidas:

Los datos reflejan que son las mujeres pobres las que mueren en los abortos clandestinos. Mientras no logremos un análisis serio de las causas y las condiciones socioeconómicas y culturales del aborto, mientras no iniciemos un proceso responsable de obligatorio ajuste social para eliminarlas, todo juicio y castigo a las supuestas culpables no pasa de ser un farisaísmo moralista que se lava las manos y la conciencia (Católicas por el Derecho a Decidir, 2004: 31).

En este sentido, Brown aporta respecto de la discriminación que

la imagen de las mujeres como madres, esposas, como seres para otros, sigue en parte vigente. La discriminación no desaparece por la incorporación de las mujeres al mundo público ya que no se transforma su rol de ama de casa (Brown, 2004: 119).

Por ello, la autora sostuvo que hablar de derechos (no) reproductivos suponía poner el acento en cuestiones largamente silenciadas como la anticoncepción y el aborto, así

como otras formas de ejercicio de la sexualidad que exceden a la heterosexualidad, cuestionando los roles de género estereotipados y naturalizados. Y destacó como no casual que el Estado y la jerarquía católica hayan presionado histórica y reiteradamente, para cerrar, silenciar o postergar el debate, negando y volviendo invisible los derechos de las mujeres que no quieren ser madres, varones y mujeres que no desean a quienes está prescripto que deseen y aquellos/as que se enmarcan en otros colectivos (trans). Brown señala que las estrategias para silenciar y postergar el debate han sido muchas. Por ejemplo,

polarizar con otros temas fundamentales para la sociedad como la pobreza o el desempleo, desestimando la discusión de los derechos de las mujeres, para después, como si no fueran las mujeres pobres quienes más sufren los embates de no ser reconocidos estos derechos, postergar eternamente los debates, presionar a la justicia y boicotear programas en ejecución (Brown, 2004: 123).

Y esto se hace nuevamente evidente cuando los movimientos de mujeres exigen el tratamiento de la ley en plena pandemia de Covid19 y los sectores opositores aducen, una vez más, que “no es el momento” para priorizar el derecho de las mujeres a decidir sobre sus cuerpos. Sin embargo, esa imagen única y exclusiva de la “mujer madre” que atenta contra los derechos humanos de las mujeres al punto de poner en riesgo la vida de las mismas, fue cuestionada incansablemente en la lucha de las mujeres y de los movimientos feministas. Si la década del 80 estuvo marcada por la puesta en vigencia de los derechos civiles de las mujeres, en la década de los 90 se apostó fuertemente a discutir en el espacio público los derechos sexuales y reproductivos como derechos ciudadanos de las mujeres. En el caso puntual del debate por el aborto, tardó dos décadas más en llegar a ser tema de la opinión pública y que se tratara un proyecto de legalización en el Congreso.

De este modo, en 2018, por primera vez, un proyecto de Ley de Interrupción Voluntaria del embarazo fue abordado en el Congreso. Se trató del séptimo proyecto elaborado y presentado por la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito, un colectivo conformado en 2005, por múltiples colectivos, organizaciones y activistas, que describiremos detalladamente en el próximo capítulo. Este proyecto tuvo aprobación en la cámara de Diputados pero no alcanzó la misma en la cámara de Senadores.

Finalmente, en diciembre de 2020, el Congreso de la Nación debatió el proyecto presentado por el Poder Ejecutivo, a cargo del presidente Alberto Fernández. El mismo se aprobó, dando lugar a la Ley 27.610 de Acceso a la interrupción voluntaria del embarazo. Se promulgó en enero de 2021, estableciendo así el derecho a la interrupción voluntaria del embarazo, durante las primeras 14 semanas de gestación, para las personas con capacidad de gestar de manera igualitaria. Después de ese plazo, solo se puede acceder a la práctica por las causales contempladas en las legislaciones previas.

Capítulo 4: La Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito

4.1 Movimientos de Mujeres

La lucha por la despenalización y legalización del aborto en Argentina constituye una de las más aglutinantes y fuertes del movimiento de mujeres, especialmente desde 2018. Hábilmente, a lo largo de los años, las feministas y el más amplio movimiento de mujeres fueron tejiendo estrategias de comunicación e incidencia que permitieron posicionar favorablemente en la opinión pública el derecho al aborto. Pero este proceso implicó múltiples acciones y la constante construcción de alianzas y consensos entre la militancia de diversos frentes, desde la restauración de la democracia. “En este sentido, la lucha por el aborto se enmarca en la lucha más amplia por la ciudadanía sexual, por la ampliación de derechos en la esfera de la sexualidad” (Tesoreiro, 2013: 199).

Alejandra Ciriza señala que “la lucha por el derecho al aborto se encuentra en el corazón de la política feminista, en cuanto posición que pone en cuestión mecanismos de biologización, despolitización y neutralización de los cuerpos de la humanidad” (2013: 63). En una reseña de los últimos setenta años, Ciriza (2013) manifiesta que en los 60 y 70 se produjeron grandes procesos sociales encaminados a promover un mundo mejor, en un contexto de auge de masas durante un ciclo expansivo del capitalismo. Este feminismo es denominado de “la segunda ola”, para distinguirlo de la primera etapa sufragista. En el norte, europeas y norteamericanas se movilizaban a la luz de “lo personal es político” y, así, empujar los límites para abordar aspectos de su vida cotidiana: sexualidad, maternidad, cuerpo, amor, familia y derecho a abortar. Mientras tanto, en el sur del mapa la situación era muy disímil. La diversas desigualdades y tensiones del campo político cultural establecieron condiciones más complejas, que hicieron de las búsquedas por transformar la dominación patriarcal, diferentes y más propias de América Latina.

En Argentina,

entre 1970 y 1976 funcionaron en Buenos Aires, la legendaria Unión Feminista Argentina (UFA), el Movimiento de Liberación Feminista (MLF), el Movimiento Feminista Popular (MOFEP), Nueva Mujer, Centro de Estudios Sociales de la Mujer Argentina (CESMA), la Asociación para la Liberación de la Mujer Argentina (ALMA) y el Frente de Lucha por la Mujer (FLM) al que adhirieron la UFA, MLF, ALMA y AMS (Agrupación de Mujeres Socialistas) (Tarducci y Rifkin, 2010: 22).

Estos grupos fueron significativos y reunieron mujeres interesadas en transformar problemas personales en un conocimiento compartido.

En 1975, el Frente de Lucha por la Mujer presenta un programa básico de 10 puntos, que incluía: reforma y cumplimiento de la ley de guarderías; igualdad de posibilidades en el acceso a la educación, capacitación técnica y trabajo; derogación del decreto que prohíbe la difusión y uso de anticonceptivos; aborto legal y gratuito; remuneración para el trabajo hogareño; creación de un organismo gubernamental que vigile la aplicación que reprime la trata de mujeres; inclusión de la protección a la maternidad dentro de la Ley de Contrato de Trabajo;

patria potestad y tenencia compartida entre el padre y la madre; no discriminación a la madre soltera y protección para su hijo y derogación de la ley que obliga a la mujer a seguir al marido al domicilio que éste fije (Cano, 1982, 91).

Finalmente, la concreción del golpe cívico-militar de marzo de 1976 estableció otros ejes de confrontación en el centro del escenario político, como el imperialismo y la lucha de clases.

Con el retorno democrático, Ciriza da cuenta de una etapa compleja y contradictoria. Las mujeres accedieron a ciertos espacios del Estado y los movimientos sociales y feministas vivieron una efervescencia. En 1985, el Estado argentino reconoció los derechos reproductivos y sexuales como derechos humanos, mediante la ratificación de la Convención para la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer y, en 1994, se los investió de jerarquía constitucional, incorporándolos a la Carta Magna mediante el artículo 75, inciso 22 de la Constitución Nacional. A partir de esto, entre los grandes derechos en materia de género que se discutieron y alcanzaron su reglamentación durante esos años se encuentra la patria potestad compartida (1985), el convenio sobre la igualdad de oportunidades para trabajadores y trabajadoras con responsabilidades familiares (1986), la ley de divorcio vincular (1987), con un duro debate y fuertes tensiones por el posicionamiento de la Iglesia en contra, el derecho a pensión al cónyuge en matrimonio de hecho (1988) y la ley de cupo femenino en el Congreso (1991). No obstante, el tema de la sexualidad y los derechos reproductivos continuaron fuertemente limitados en el discurso social, pero las constantes resistencias sostenían acciones de visibilización y lucha.

4.2 Dora Coledesky y la Comisión por el Derecho al Aborto

Dora Coledesky fue una de las pioneras en la tarea de rescatar el derecho de las mujeres a decidir sobre sus cuerpos y a interrumpir un embarazo no deseado. Militó desde su adolescencia en Tucumán, en la Federación Secundaria, luego en el Partido Obrero Revolucionario (POR) junto a su marido y, ya recibida de abogada, trabajó en una fábrica textil, La Bernalesa, en el sur del conurbano porteño, donde fue un cuadro destacado. Sin embargo, es recién tras su obligado exilio en Francia durante la dictadura cívico-militar que regresa, en 1984, decidida a luchar por el derecho al aborto en la Argentina.

Desde fines de 1987 Dora, junto a un grupo de activistas multidisciplinar, se reunió y organizó para darle forma a la *Comisión por el Derecho al Aborto* (Codeab). Con estadísticas de casos y folletos armados, Dora Coledesky, Mabel Gabarra y Alieda Verhoeven prepararon el primer taller por el derecho al aborto para el III Encuentro Nacional de Mujeres en Mendoza en junio de 1988 (Alcaraz, 2018).

Laudano (2019) destaca el valor de la *Codeab* como productora de noticias, con sus movilizaciones, sus hechos, sus acciones, promoviendo más atención a la temática por parte de los medios de comunicación. Entre ellas se puede señalar la publicación de la primera solicitada a favor del aborto en junio de 1989, en el *diario Sur*. En ella se exigía el derecho de una mujer violada a interrumpir su embarazo en un hospital público. Otra acción fundamental de incidencia fue la edición artesanal de la *Revista Nuevos Aportes sobre el Aborto* que contó con dieciseis números de 1989 a 2007.

Desde la *Codeab* promovieron la publicación de artículos en revistas de política de la época, viajaron a otros países para articular con feministas del mundo y participaron de conferencias internacionales. Traducían textos de feministas foráneas para que circularan en el país (Alcaraz, 2018: 33).

La llegada de los años 90 estuvo enmarcada por el avance de las políticas neoliberales y la reacción de la Iglesia Católica. Sin embargo, también tuvo una fuerte presencia en la sociedad la lucha por el derecho al aborto y por los llamados derechos sexuales y (no) reproductivos. Otra característica de estos años fueron las defecciones e “incluso traiciones de mujeres de partidos políticos que ante la posibilidad de acceder al poder olvidan sus compromisos con el movimiento” (Tarducci y Rifkin, 2010:28).

En noviembre de 1990 se realizó el V Encuentro Feminista Latinoamericano y del Caribe en San Bernardo, provincia de Buenos Aires. En él se propuso que se estableciera el 28 de setiembre como “Día de la Lucha por la Despenalización y Legalización del Aborto en América Latina”.

Los 90 implicaron para la Argentina un proceso de institucionalización del feminismo. Estos años estuvieron marcados, tal como comenta Ciriza (2013), por un grupo de interesadas en la equidad de género, funcionarias –presentes, en gran parte, gracias a la Ley de Cupo.

En este periodo se creó el Foro por los Derechos Reproductivos (1991), con la médica psicoanalista Marta Rosenberg como una de sus fundadoras, se instaló *Católicas por el Derecho a Decidir en Argentina* (1993) y la *Comisión* presentó un proyecto de ley de Anticoncepción y Aborto por medio de la diputada de la UCR, Florentina Gómez Miranda (también una de las impulsoras de la Ley de Divorcio). El 28 de septiembre de 1992, la *Codeab* publicó una solicitada en *Página 12*, invitando al acto público frente al Congreso ante la primera presentación desde el regreso de la democracia de un proyecto de ley para la interrupción voluntaria del embarazo.

Otro hecho significativo para la Argentina de los 90, tal como comentamos en el capítulo precedente, fue el triunfo feminista ante la ofensiva conservadora que intentó introducir en la Reforma Constitucional de 1994 la “Cláusula Barra”, cuyo objetivo consistía en incluir la defensa de la vida desde la concepción. “La necesidad de frenar esta cláusula

motorizó el armado de más de un centenar de organizaciones alrededor de *Mujeres Autoconvocadas para Decidir en Libertad (MADEL)*” (Alcaraz, 2018: 38).

La aparición pública de *MADEL* fue crucial en tres oportunidades: la reforma constitucional, la ley de Salud Reproductiva de 1995 y el Estatuto de la Ciudad de Buenos Aires de 1996. En todas ellas ejerció una acción significativa de incidencia (Gutiérrez, 1998).

MADEL estuvo constituida por 108 organizaciones de mujeres, de diversos perfiles políticos e institucionales. Militantes de partidos políticos, activistas y trabajadoras de ONGs vinculadas a la temática de la mujer, mujeres pertenecientes a las secretarías de la mujer de diversos sindicatos, feministas independientes, etc. (Tesoreiro, 2012: 203).

Las activistas de *MADEL* viajaron todas las semanas a Santa Fe, donde se reunía la Convención Constituyente. Este debate conllevó el ingreso del tema a la agenda mediática, de la mano de algunas periodistas aliadas. Sin embargo, Laudano (2019) también indica estas fechas como fundantes de la dimensión icónica antiderecho en los medios de comunicación, a partir de instalar en la esfera pública las primeras imágenes de fetos en etapas avanzadas de gestación, para ilustrar debates a favor y en contra de la legalización del aborto.

En 1997 Dora Coledesky llevó a cabo una campaña que se publicó en *Tres Puntos* y generó enorme revuelo y visibilización de la temática. El número 23 de la revista presentó una nota histórica ya en su tapa, titulada: “Por primera vez veinte mujeres se atreven a decir: yo aborté”. En primera persona, mujeres reconocidas en el ámbito público como la escritora Tununa Mercado, la actriz Graciela Dufau, la cantante Divina Gloria y la escritora Beatriz Sarlo brindaron su testimonio.

4.3 ENM y Rosario 2003

Argentina es modelo mundial en cuanto a la resistencia y lucha de sus movimientos de mujeres y disidencias, así como en los avances legales alcanzados durante los últimos años en cuanto a derechos humanos y políticas de género. Y a la hora de explicar las causas de esto, es imprescindible aludir a la creación, desarrollo, crecimiento y potencia de los *Encuentros Nacionales de Mujeres (ENM)*. De estos se puede señalar que significan, tras la restauración de la democracia, la instancia organizativa más amplia. El I Encuentro se realizó en el Teatro San Martín de la ciudad de Buenos Aires, el 24 y 25 de mayo de 1986, con una concurrencia de alrededor de mil mujeres. Desde el mismo –salvo estos últimos años, ante las medidas sanitarias tomadas por el Gobierno Nacional por la situación de pandemia- se llevaron adelante sin interrupciones. Se trata, sin lugar a dudas, de la mayor instancia de organización del movimiento de mujeres, por su carácter federal y la amplitud de su convocatoria: “año a año miles de activistas de todo el país se encuentran

para debatir la agenda, las actividades, estrategias y alianzas del movimiento en general y el feminismo en particular” (Tesoreiro: 2012: 204).

Florencia Alcaraz (2018) da cuenta que, desde el ENM en San Juan, en 1997, los talleres sobre salud reproductiva implicaron grandes debates y tensiones entre quienes estaban a favor y en contra de la legalización del aborto. En gran parte de las ocasiones, por la intromisión de sectores y mujeres enviadas explícitamente por la Iglesia Católica. El Encuentro de Rosario, en 2003, significó un cambio de paradigma y acción, en este sentido. Los movimientos de mujeres ya habían aprendido a controlar las voces infiltradas por la iglesia en dichas discusiones.

Martha Rosemberg relata en una nota al *Portal Agenda de Mujeres* en 2005 que la movilización popular que caracterizó el periodo posterior a la crisis de 2001 implicó que mujeres organizadas por su supervivencia y por reivindicaciones económicas se sumaran al reclamo por el derecho al aborto que había sido, hasta el momento, bandera casi exclusiva del movimiento feminista. En este sentido se manifestaron las palabras de apertura del XVIII ENM de 2003, en Rosario:

Las mujeres hemos parido un movimiento social que nos permite expresarnos de mil formas, que es rico, diverso, que visibiliza el potencial revolucionario de nosotras, las mujeres, que avanzando desde lo individual a lo colectivo nos convocamos a transformar una sociedad injusta.

Un espacio que fue vital para esta construcción fue la *Asamblea por el derecho al aborto* que surgió en este contexto y, en particular, en algunas asambleas barriales en las que participaban feministas. “Se reunió semanalmente durante todo el año 2002 con asistencia de feministas, asambleístas, piqueteras, organizaciones estudiantiles, partidos políticos e independientes sin organización” (Rosemberg, 2005).

Un hecho que colaboró significativa y paradójicamente con la potencia de esta *Asamblea* fue protagonizado por el arzobispo de Rosario y presidente de la Conferencia Episcopal, Eduardo Mirás. Éste ordenó a cada párroco de su arquidiócesis, mediante una carta que la periodista Mariana Carbajal dio a conocer en *Página 12*, reclutar al menos diez feligresas “fieles a su bautismo y con profundo amor a la Iglesia” para confrontar con “las feministas abortistas”. Agregó, además, estrictas indicaciones sobre la necesaria formación de dichas fieles para una “confrontación donde deben quedar claros y bien fundamentados los principios de orden natural que dignifican a la mujer” (Carbajal, 2003). Este llamado provocó el crecimiento de la participación en la Asamblea por el Derecho al Aborto. Así, decenas de mujeres de diversos sectores populares resolvieron convocar a realizar una asamblea en el marco del ENM.

Es en medio de esta situación de efervescencia y radicalización que puede entenderse el XVIII Encuentro Nacional de Mujeres, realizado en Rosario en agosto de 2003, que constituye un *punto de inflexión* en la lucha por el derecho al aborto en Argentina (Chavez, 2012: 237).

El primer día del ENM en Rosario cerró con una asamblea multitudinaria en el Aula Magna de la Facultad de Ciencias Económicas de Rosario. Alrededor de 500 mujeres encontraron el espacio para coordinar y pensar estrategias, lejos de las agresiones y los debates inútiles con fundamentalistas católicas. María Chavez (2012) enumera, entre las presentes, a mujeres que integraban la *Comisión por el Derecho al Aborto*, el *Foro por los Derechos Reproductivos*, activistas de *Acción Política LGTTB*, *Católicas por el Derecho a Decidir*, sindicalistas de la CTA, desocupadas de la *Red de Mujeres Solidarias y el Polo Obrero*, activistas y académicas del *Área de Estudios Queer*, estudiantes de la *Comisión de Mujeres de Sociales de la UBA*, junto a referentes del movimiento de fábricas ocupadas como Celia Martínez, de *Bruckman*, y militantes del *Partido de los Trabajadores Socialistas (PTS)*.

Esta asamblea resultó muy significativa y alcanzó gran repercusión, junto con los talleres que trabajaron la temática. Catorce años después del taller de “Anticoncepción y Aborto” que Dora Coledesky organizó en 1989 en Mendoza, en esta edición, siete comisiones trabajaron en él y otras dos comisiones, en el taller “Estrategias para el acceso a un aborto legal, seguro y gratuito” que se inauguró ese año en Rosario. Las propuestas generadas se plasmaron en las conclusiones del XVIII Encuentro. Se planteó la creación de una comisión redactora de un proyecto de ley, se exigió el cumplimiento de los abortos no punibles, se definió que la violación debe ser considerada un riesgo a la vida de las mujeres, se solicitó que los gobiernos provinciales y nacional se comprometieran con la aplicación de una educación sexual “dialógica, pluralista, problematizadora y con perspectiva de género”. En cuanto a las estrategias que promovían acciones inmediatas, se propuso la creación de una página web con información veraz, realizar marchas el 28 de septiembre en todo el país, organizar encuentros regionales y conformar grupos de mujeres que pudieran controlar y monitorear las leyes vigentes de salud reproductiva. Además, se recomendó sostener el taller de Estrategias en los siguientes encuentros. De esta manera, se daba un gran puntapié para dar origen a la Campaña Nacional.

La marcha de este Encuentro “funcionó para visibilizar la cantidad de mujeres de distintas procedencias y condiciones sociales que están a favor de la despenalización y legalización del aborto” (Alma y Lorenzo, 2013: 161). *Católicas por el Derecho a Decidir (CDD)* repartió miles de pañuelos verdes al comenzar el recorrido con consignas como “derecho a decidir” y “despenalización del aborto”, que las mujeres fueron poniéndose, visibilizando el reclamo como propio. El color había sido debatido y reflexionado previamente. Eligieron “un color articulador que esté vinculado a la salud, al medio ambiente, a la ecología, la esperanza: los pañuelos tenían que ser verdes” (Alcaraz, 2018: 42). Más de 10 cuadras con una fuerte presencia del color verde y sus pañuelos fue una clara y eficaz estrategia de incidencia que llegó a los medios de comunicación, que hablaron

de pedidos sobre derechos reproductivos, en algunos casos, o específicamente de aborto, en otros. Marta Alanís, integrante de CDD señaló que la idea de lograr visibilización con los pañuelos fue “robada” del impacto que significaron los pañuelos blancos de las *Madres de Plaza de Mayo*. De esta manera, “El encuentro funde la historia del país con la historia de las mujeres” (Alma y Lorenzo, 2013: 162).

María Chavez (2012) da cuenta que la llegada del kirchnerismo a la presidencia conllevó nuevos cambios en los movimientos populares y de mujeres. El gobierno puso en marcha el Programa Nacional de Salud Sexual y Reproductiva (ley sancionada en octubre de 2003), una de las demandas pendientes, incorporó funcionarias al Estado y designó a Ginés González García como ministro de Salud, quien se pronunció abiertamente a favor de la despenalización del aborto. Además, propuso la incorporación de la jueza Carmen Argibay a la Corte Suprema de Justicia (CSJ) como un intento de relegitimar esa institución tan fuertemente cuestionada. Si bien Argibay presentaba una trayectoria feminista y su autodefinía como “atea militante”, lo cual generó el rechazo y una fuerte campaña en contra por parte de la Iglesia Católica, ella misma especificó su posición afirmando: “No soy abortista, no mando a nadie a abortar. Respeto las leyes vigentes, aunque algunas no las comparto” (Chavez, 2012: 242).

Estas acciones del gobierno nacional provocaron que un sector del movimiento de mujeres decidiera seguir las políticas públicas en materia de género, sin confrontar. En mayo de 2004 se realizó en Buenos Aires el 1º Encuentro Nacional sobre Estrategias por el Derecho al Aborto impulsado por el Grupo Estrategias por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito integrado por activistas, feministas, médicas e intelectuales que habían sido parte de la *Asamblea por el Derecho al Aborto*, y que luego conformarán la *Campaña Nacional por el Derecho al Aborto*. La declaración de la convocatoria puso como eje de discusión “las estrategias jurídico legislativas”. Pero, sin duda, el hecho más relevante del año 2004 ocurrió en el ENM de Mendoza, donde se acordó realizar una campaña de cuatro meses por la legalización del aborto, desde el 28 de mayo hasta el 28 de septiembre. Nuevamente el tema de la legalización del aborto unificó voluntades y hegemonizó el reclamo culminando ese ENM con una marcha de veinte mil mujeres bajo la consigna de aborto legal y seguro (Tesoreiro: 2012). Sin embargo, mientras el ministro de Salud hablaba a favor de la legalización y se designaba a Argibay en la Corte, Cristina Fernández, senadora nacional y primera dama, prometía al Vaticano que no se iba a despenalizar el aborto en el país (2004), al igual que el entonces jefe de gabinete, Alberto Fernández (Chavez, 2012).

4.4 Campaña Nacional por el Derecho al Aborto

Martha Rosenberg (2014) destaca que

la práctica del aborto es una práctica contrahegemónica, contracultural, a pesar de que las mujeres que se lo practican no siempre tengan conciencia de que están resistiendo y desafiando la identidad maternal prescripta como la identidad esencial del género femenino. Marca el surgimiento de un sujeto político dispuesto a defender esta identidad de mujer que recurre al aborto, como una identidad posible de ser legitimada en el campo de los derechos.

Organizar esas sujetas políticas y esta lucha, de manera federal y sostenida en el tiempo, ha sido un enorme logro por parte de los movimientos de mujeres en Argentina. Claudia Anzorena señala, en el capítulo que escribió junto a Ruth Zurbriggen para el libro que la *Campaña* gestó y publicó en 2013, “*El aborto como derecho de las mujeres. Otra historia es posible*”, que:

La Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito marca una época, señala un antes y un después en la lucha por el derecho al aborto en Argentina y esa huella ya no podrá ser borrada ni por fuertes vientos ni por nuevos pasos que necesariamente habrán de darse (Anzorena y Zurbriggen, 2013).

El tiempo y las múltiples acciones de incidencia que la *Campaña* trazaron a lo largo de sus 15 años de historia hasta alcanzar la Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo, confirman sus palabras.

El 28 de mayo de 2005, Día de Internacional de Acción por la Salud de las Mujeres, se realizó el lanzamiento de la *Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito* (en adelante, la *Campaña*), primera instancia de organización a nivel federal en la lucha por el derecho al aborto. En una plenaria en la ciudad de Córdoba, con *Católicas por el Derecho a Decidir* como anfitriona, se reunieron alrededor de 70 organizaciones de todo el país. En esa plenaria fundacional se decidió utilizar los pañuelos verdes con el logo diseñado por la artista cordobesa Rosana Viotto y la consigna heredada de la *Comisión por el Derecho al Aborto*: “Anticonceptivos para no abortar. Aborto Legal para no morir” (Alcaraz, 2018).

Mariana Carbajal (2005), en una nota para *Página 12*, señala que la *Campaña* contó desde su lanzamiento “con el apoyo de cientos de mujeres y más de setenta organizaciones feministas, gremiales, ONG y partidos de izquierda, a los que se irían sumando nuevos agrupamientos, personalidades de la cultura y la intelectualidad, Centros de Estudiantes y diputados”.

Definir la *Campaña* no es sencillo, aún hoy, dado que su conformación, sus límites y sus alcances han sido fluctuantes. No obstante, su objetivo siempre estuvo muy claro y explícito: lograr la despenalización y legalización del aborto en Argentina. En sus canales de comunicación (redes, blogs, web), se encuentra la siguiente presentación:

La Campaña Nacional por el Derecho al Aborto legal, Seguro y Gratuito es una amplia y diversa alianza federal, que articula y recupera parte de la historia de las luchas desarrolladas en nuestro país en pos del derecho al aborto legal, seguro y gratuito.

Además, se relata brevemente su historia vinculada a la lucha de los movimientos de mujeres y se destaca que en la actualidad cuenta con la adhesión de 305 grupos, organizaciones y personalidades vinculadas a organismos de derechos humanos, de ámbitos académicos y científicos, trabajadoras/es de salud, sindicatos y diversos movimientos sociales y culturales, entre ellos redes campesinas y de educación, organizaciones de desocupadas/os, de fábricas recuperadas, grupos estudiantiles, comunicadoras y comunicadores sociales, etc. Asimismo, explicita que la apuesta colectiva de la *Campaña* ha girado en torno a “una gran heterogeneidad de actividades y procesos estratégicos para:

- Instalar en la sociedad y en el Estado el debate en torno a la necesidad de despenalizar y legalizar el aborto en Argentina;
- Contribuir a que más mujeres y organizaciones se sumen en este proceso y reclamo;
- Lograr el debate y la aprobación de una norma legal que despenalice y legalice el aborto en Argentina.

Anzorena (2013) consigna que, para alcanzarlos, la alianza federal se desarrolló en un campo de tensiones en torno a sus modalidades de intervención e incidencia, a la heterogeneidad de sus integrantes y al alcance de las acciones desplegadas. Y, agrega, la multiplicidad de contradicciones con las que cotidianamente debieron lidiar, marcadas por la política, la economía, la educación, las ideologías, las religiones, la intervención del Estado, entre otras. “Somos parte activa de los procesos sociales y en ellos libramos luchas contra las jerarquías y por las libertades en sentido amplio” (Anzorena, 2013: 24).

En sus primeros tiempos, Claudia Chaves (2012) cuenta que la *Campaña* impulsó acciones para lograr repercusión mediática. Por un lado, elaboró un petitorio en apoyo a la “despenalización y legalización del aborto para que toda mujer que decida interrumpir su embarazo pueda acceder al aborto legal, seguro y gratuito, en los hospitales públicos y en las obras sociales de todo el país”, que logró juntar miles de firmas. Por el lado, cada organización llevó adelante distintas actividades bajo el lema unificador “*Ni una muerta más por abortos clandestinos*”. Esta etapa culminó en una masiva marcha el 25 de noviembre, Día Internacional de Lucha Contra la Violencia hacia las Mujeres, durante la cual se entregaron en el Congreso Nacional miles de firmas a favor de la legalización del aborto. Sin embargo, ya se podía observar diferencias entre los espacios políticos que participaban hacia el interior de esta nueva alianza federal. “Pensada en estos términos, la *Campaña* no es una entidad unívoca, estructurada y rígida sino un conjunto de alianzas, negociaciones, resistencias y relaciones de fuerza que motorizan las acciones para lograr nuestros objetivos” (Anzorena, 2013: 24). No obstante, la complejidad que implica las particularidades que identifican la organización de las distintas colectivas y agrupaciones

que integran la *Campaña*, cada una atenta a sus contextos en distintos rincones del país, hacen también a su riqueza.

Desde el comienzo, hubo distintas maneras de ser parte de la *Campaña*: como adherentes, como activistas propias del espacio, como integrantes de grupos y colectivas que estaban dentro de ella. La única y constante regla a cumplir siempre fue: no poner en riesgo el acuerdo político principal (Anzorena, 2013). Esta forma de articular fue muy novedosa y valiosa para los movimientos de mujeres del país.

Por todo lo señalado, es de destacar que la *Campaña* logró construir y sostener una organización muy coherente con sus objetivos, aun con los múltiples sucesos atravesados a lo largo del tiempo, en un país extremadamente amplio y diverso, como la Argentina. Su aporte, variable en las distintas etapas del país y de los movimientos de mujeres, sumó al desarrollo y a la visibilización del feminismo en el país y posibilitó el surgimiento de nuevos agrupamientos que se nuclearon alrededor del reclamo por el derecho al aborto legal. Muchos de ellos vinculados al socorrismo rosa, cuya incidencia en la disminución del número de muertas por abortos clandestinos fue significativo, aunque la ilegalidad de la práctica y la ausencia de registros oficiales impida dar cuenta acaba de ello.

4.4.1 Primer proyecto al Congreso (2007)

En 2007 vuelve a ponerse en debate el tema del aborto alrededor de dos casos emblemáticos, el de la santafesina Ana María Acevedo y el de N. (como se la denomina para cuidar su identidad) de Jujuy. A ambas jóvenes se les impide ejercer su derecho al aborto no punible.

La Iglesia y los/as profesionales de la salud cumplen un rol central para que estos abortos no se puedan realizar. Las organizaciones de mujeres actúan de contragolpe repudiando los atropellos de la justicia, la curia y sectores de la medicina, y reclamando lo elemental, que se cumpla con los derechos mínimos ya adquiridos, como el aborto no punible (Chaves, 2012: 245).

En este contexto, y tal como se lo postuló en la organización previa a su inicio y en su plenaria fundacional, la *Campaña* asumió el desafío de elaborar su propio proyecto de ley para discutirlo en los ámbitos legislativos correspondientes. El debate sostenido durante dos años hizo posible establecer la construcción definitiva del “Proyecto de Interrupción Voluntaria del Embarazo” (IVE) en una reunión plenaria realizada en Rosario. Éste se presentó en el Congreso Nacional por primera vez el 28 de mayo de 2007, como iniciativa de la sociedad civil. La segunda presentación se realizó un año después, en 2008, en la Cámara de Diputados. Alcanzó la adhesión de 22 diputados y diputadas, pero perdió estado parlamentario por no ser debatido. Sin embargo, estas acciones no fueron en vano, ya que ese mismo año la *Campaña* vislumbró la necesidad de trabajar la incidencia parlamentaria, con activistas que difundieran los argumentos entre diputados y diputadas de todos los

bloques. Los resultados de esta tarea fundamental se observaron, a simple vista, a través de la cantidad de firmas que apoyaron las siguientes presentaciones del proyecto IVE.

El 16 de marzo de 2010, con la firma de 33 diputadas y diputados, se presentó por tercera vez el proyecto.

4.5 Kirchnerismo, cabildeo y fallo FAL

Como bien se señaló previamente, mientras el kirchnerismo se mostraba afín a la ampliación de los derechos de las mujeres, el derecho al aborto dividía las posiciones oficialistas del Frente para la Victoria (FpV). Ante ello, los movimientos de mujeres, y la *Campaña* particularmente, comprendieron la importancia de generar múltiples actividades que cubrieran en todos los ámbitos, en la mayor cantidad de ciudades del país. Así, movilizaciones y actividades de cabildeo fueron instalando, poco a poco, el tema del aborto en la opinión pública y en los medios de comunicación. Asimismo, en junio de ese año la *Campaña* crea su perfil de *Facebook* al cual, finalmente, migrará el contenido que, hasta ese momento era volcado en el blog.

En 2010 se aprobó la Ley de Matrimonio Igualitario, que extiende la normativa del matrimonio civil a las parejas de gays y lesbianas. Esta ley posiciona a la Argentina en la vanguardia de los derechos de la diversidad sexual, fuertemente defendida y sostenida por amplios sectores de la sociedad, entre ellos, los movimientos de mujeres. En este contexto favorable, la *Campaña* decidió pedirle una audiencia a Néstor Kirchner en la Cámara, a mediados de 2010. Sin embargo, el 27 del mismo mes, el expresidente falleció (Alcaraz, 2018).

En este contexto, durante 2010 y, especialmente en 2011, se sumaron a la *Campaña* diversas organizaciones que excedían la militancia por el aborto legal e, incluso, el feminismo.

En una reunión ampliada, en febrero de 2011, la campaña obtiene la adhesión de universidades, sindicatos y organizaciones de DDHH. Esta política de alianzas constituida por las activistas resultó fundamental para otorgar aun mayor difusión y legitimidad al reclamo del aborto.

Además, en agosto de ese año, la *Campaña* suma una nueva vía de comunicación que, con el tiempo, será una herramienta fundamental para concretar la visibilización de la lucha: la red social *Twitter*.

Es importante explicar, cuando se consigna la historia de los sucesivos proyectos IVE presentados por la *Campaña*, cuál es el procedimiento que exige los mecanismos del Congreso para enviar un proyecto de este tipo al recinto (para ser discutido y aprobado). Para hacerlo era necesario la obtención de dictamen favorable de tres comisiones:

Legislación penal, Acción social y salud pública y Familia, mujer, niñez y adolescencia (Anzorena, 2013).

Si bien el debate de los proyectos IVE en el Congreso ya había comenzado con las audiencias públicas impulsadas desde el cabildeo de la *Campaña*, que se concretaron el 30 de noviembre de 2010 con la presencia de Marianne Mollmann (representante de *Human Rights Watch*) y el 13 de julio de 2011 con la presencia de Luz Patricia Mejía (Relatora de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos). Ambas expusieron sobre la compatibilidad entre la despenalización y legalización de aborto y la Constitución, las leyes y los tratados internacionales vigentes en Argentina.

El 1° de noviembre de 2011, por primera vez en la historia argentina, se discutió en la Comisión de Legislación Penal, el proyecto de ley IVE.

El tercer proyecto IVE presentado por la *Campaña* perdió estado parlamentario en 2011, luego que la comisión de Legislación Penal del Congreso convocó la primera audiencia pública. Sin embargo, dado que el llamamiento se concretó recién realizadas las elecciones nacionales, no hubo acuerdo entre los bloques para dar efectivamente el debate y, en una situación muy confusa, la comisión desestimó el dictamen ya elaborado, aduciendo falta de *quorum*.

Por cuarta ocasión, el 20 de marzo de 2012, la *Campaña* presentó el Proyecto IVE, con la primera firma de la diputada Adela Segarra, del Movimiento Evita (del bloque del FP) junto a 54 firmas de legisladoras/es de todos los bloques con representación parlamentaria en el Congreso Nacional. Finalizado el 2012, el número se había ampliado a 60.

Esta última presentación ocurrió una semana después del histórico fallo FAL sobre aborto no punible de la Corte Suprema de Justicia de la Nación, que definió la interpretación correcta del artículo 86 del Código Penal.

El máximo tribunal resolvió por unanimidad que las gestaciones producto de cualquier tipo de abuso sexual nunca resultará punible y añadió que, por ello, no será necesaria la intervención de la Justicia para autorizar un pedido de ese tipo ante médicos y hospitales (*Página 12*, 13 de marzo de 2012).

Si bien el fallo surge como respuesta al caso de A.G. -una chica de 15 años que quedó embarazada luego de que su padrastro la violara-, su objetivo consistió en poner fin a las interpretaciones que hacían algunos jueces del inciso 2 del artículo 86 del Código Penal, respecto de las excepciones solo para mujeres con discapacidad mental.

De esta manera, el fallo marcó también la incidencia de la *Campaña* en todo el país, lo que otorgó argumentos y generó nuevas relaciones entre las organizaciones que la componían para visibilizar la privación de los derechos reproductivos de las mujeres en distintas geografías nacionales. Desde su existencia, creció el activismo, el reclamo y la organización, promoviendo múltiples acciones para alcanzar el cumplimiento de los abortos

no punibles. Familias que antes callaban alcanzaron seguridad y respaldo para denunciar, por los efectos sociales del estado del tema, pero también por el acompañamiento de las organizaciones de la *Campaña* en su barrio o ciudad. Los casos de mujeres, de niñas y de jóvenes que producto de una violación quedaban embarazadas y acudían al servicio de salud a solicitar la interrupción del embarazo con la consiguiente negación y hasta judicialización, se hicieron conocer en la opinión pública.

Pasamos de números sin rostro, a conocer sus nombres, sus pesares y también a compartir la resistencia. Esto permitió, por un lado, el crecimiento arraigado y efectivo de la *Campaña* en lugares concretos; y por otro, darle entidad a las historias particulares de cada una de las mujeres y las niñas, cobrando relevancia nacional (Anzorena, 2013: 33).

Con el Fallo FAL, la Corte estableció tres reglas claras: la Constitución y los tratados internacionales no sólo no prohíben la realización de abortos, sino que, por el contrario, impiden castigarlos respecto de toda víctima de una violación. También señaló que los y las profesionales de la salud en ningún caso deben requerir autorización judicial para realizar esta clase de abortos ya que se requiere exclusivamente la declaración jurada de la víctima, o de su representante legal, en la que manifieste que el embarazo es la consecuencia de una violación. Por último, recordó que los jueces y juezas tienen la obligación de garantizar derechos y su intervención no puede convertirse en un obstáculo para ejercerlos, por lo que deben abstenerse de judicializar el acceso a estas intervenciones.

A pesar de la enorme relevancia de este fallo, la *Campaña* continuó luchando para su efectiva aplicación, sin judicialización ilegal del artículo 86 del C.P. según la interpretación definitivamente establecida en el mencionado Fallo FAL de la CSJN, así como para que se dé carácter de resolución ministerial a la Guía de Atención de Abortos No Punibles, se cumplan los protocolos provinciales acordes al Fallo FAL y los programas de salud sexual y reproductiva que incluyan consejería pre y post-aborto. También la *Campaña* ha trabajado acciones concretas para que en todo el país tenga plena vigencia y aplicación de la Ley Nacional de Educación Sexual Integral (Ley 26.150/06).

El 9 de abril de 2014 la *Campaña* presentó por quinta vez el proyecto de Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo en la Cámara de Diputados de la Nación, con el apoyo de más de 60 diputados y diputadas de distintos partidos políticos. En el comunicado que anunciaba este hecho, se expresaba:

A lo largo de nueve años, desde que se conformó la Campaña Nacional, hemos logrado romper el silencio en la opinión pública y darle mayor visibilidad a la problemática del aborto clandestino. Hoy contamos con la participación de organismos de DDHH, universidades, sindicatos, organizaciones de mujeres de distintas experiencias políticas y activistas, grupos de artistas, entre otros, en una campaña con más de 300 organizaciones, y el debate por la legalización del aborto está instalado en la sociedad civil. Por todo esto, consideramos fundamental que los legisladores abran este debate en el Congreso de la Nación, a favor de políticas públicas de salud que garanticen los derechos de las mujeres, y dejen de ignorar el reclamo que desde hace años la sociedad viene exigiendo (Abril 2014).

En noviembre del mismo año se logró que la Comisión de Legislación Penal pusiera el tema en la agenda. Sin embargo, nuevamente voluntades políticas impidieron que el tratamiento prosperara. La diputada Patricia Bullrich, presidenta de la comisión en ese momento, desdobló el llamado en dos horarios diferentes “Y argumentó que, para la segunda convocatoria, que incluía el tema del aborto, no había *quorum*, por falta de número” (Alcaraz, 2018: 49).

4.6 Diez años: cinco proyectos, ningún tratamiento

En mayo de 2015 la *Campaña* cumplió 10 años sin lograr que alguna de sus cinco presentaciones del proyecto IVE llegara al recinto. En el comunicado que dio a conocer por el Día Internacional de Lucha por la Salud de las Mujeres, postuló:

La Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito cumple este año una década de activismo en torno a la legalización del aborto; siendo la alianza más amplia y duradera en la historia argentina en la lucha por una ley para todas las mujeres, por los DDHH, la justicia social y la salud y vida de todxs. En esta década hemos ganado en alianzas que exceden ampliamente el movimiento feminista e incluso el movimiento de mujeres. Con más de 300 organizaciones activas hemos obtenido el apoyo de sindicatos, organizaciones de DDHH, universidades nacionales, personalidades públicas, partidos políticos y llegamos hoy a 69 diputadxs nacionales que firman y acompañan nuestro proyecto de ley (lo cual constituye un récord histórico en el Congreso de la Nación) (27 de mayo de 2015).

Importantes actividades federales se realizaron en 2015, en torno a los 10 años de la *Campaña* y a los 25 de la Declaración de San Bernardo, que estableció el 28 de setiembre como Día de Lucha por la Despenalización y Legalización del Aborto en América Latina y el Caribe. Además, la *Campaña* comenzó a trabajar en la reforma del proyecto IVE. Para ello impulsó foros en todo el país y se organizó una comisión redactora para disponer de la actualización de la iniciativa.

En ese espacio coincidieron reconocidas juristas, médicas y militantes del movimiento feminista de todo el país: Nelly Minyersky, Martha Rosenberg, Soledad Deza, Silvia Augsburger, Mabel Gabarra, Stella Maris Manzano, Nina Brugo, Alicia Cacopardo, Mónica Menini, Silvia Juliá, Carolina Comaleras y Cristina Zurutuza (Alcaraz, 2018: 49-50).

Tras un arduo trabajo colectivo, el 30 de junio de 2016 se presentó el proyecto IVE reformulado. El proyecto contó con el aval de más de 350 organizaciones sociales, gremiales y políticas, y las firmas de 34 diputadas y diputados pertenecientes a la mayoría de los bloques políticos (FpV, UCR, LdS, PS, PRO, UNA, FIT, entre otros).

Esta iniciativa impulsa la legalización del aborto en nuestro país, en consonancia con el pleno ejercicio del derecho a la salud de las mujeres, cumple con Pactos, Convenciones y Organizaciones Internacionales de derechos humanos. El objetivo es garantizar las condiciones sanitarias dignas, seguras y gratuitas para todas las mujeres que deciden interrumpir un embarazo. Propone que la práctica sea realizada en el sistema de salud público, privado y de obras sociales, reconociendo la plena autonomía, capacidad y el derecho de las mujeres para resolver el dilema de un embarazo no deseado y no ser sometidas a una maternidad forzada (29 de junio de 2016).

4.7 Ni muertas ni presas: Libertad para Belén

El 19 de abril de 2016, la Sala III de la Cámara Penal de Tucumán condenó a Belén a ocho años de prisión en un proceso judicial con sucesivas irregularidades. Belén ingresó sin saber que estaba embarazada al hospital, en marzo de 2014, y fue acusada por profesionales de la salud del nosocomio de haber parido un bebé de 32 semanas de gestación, haber cortado el cordón y tirado al feto al inodoro. Tras sufrir violencia obstétrica y violación del secreto profesional médico/paciente en el hospital, Belén fue detenida y posteriormente condenada, sin pruebas de ADN y con versiones muy diversas, que la incriminaban, contra su voz que afirmó siempre desconocer que cursaba un embarazo.

“La visibilización del caso y la articulación feminista que volvió su causa una lucha nacional logró su liberación y, luego, su absolución”, señala Florencia Alcaraz (2018: 69). El 18 de agosto de 2016 la Corte Suprema de Tucumán ordenó la libertad de Belén, alegando que no estaban constatados los requisitos de riesgo procesal para que siguiera presa. Y, aunque el máximo tribunal tucumano tenía 90 días de plazo para expedirse, la absolución se dio recién en marzo de 2017.

La historia de Belén se transformó en bandera porque significó la primera condena injusta en ser revertida gracias a la organización feminista y popular, en una combinación de acciones de ciberactivismos y manifestación callejera. Su caso estuvo presente en el documento del 3 de junio de 2016 (aniversario del primer #NiUnaMenos) y el *hashtag* #LibertadParaBelén y #AbortoLegal fueron tendencia en *Twitter* el 28 de abril, el 3 de mayo y el 28 de mayo de 2016. Estas intervenciones obligaron a los medios de comunicación nacionales a hablar del caso y hasta el Comité de Derechos Humanos de la ONU exhortó al Estado argentino para que revisara el caso.

Claudia Laudano denomina al 2016 como el año de los tuitazos planificados por la *Campaña*.

El punto cúlmine de estas acciones llegó en junio de ese mismo año, cuando el *hashtag* #AbortoLegal se convirtió en primera tendencia de discusión y se sostuvo durante catorce horas en el listado de los temas prioritarios, a la vez que lideró las tendencias globales por más de cinco horas al presentarse por sexta vez el proyecto de ley para legalizar el aborto en el Congreso (Laudano, 2018b).

Para el 28 de setiembre de 2017, la *Campaña* organizó una gran acción que denominó #UnGritoGlobal por el #AbortoLegal y que reunió activistas de Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, El Salvador, Guatemala, México, Nicaragua, Paraguay, Perú y Uruguay. Ésta consistió en un tuitazo con las etiquetas #28Septiembre #UnGritoGlobal, en diversos horarios, según el país; marchas y diversas acciones regionales e internacionales y el envío posterior de videos, crónicas y fotos.

La acción tuvo mucha potencia, dada la articulación internacional y la potencia de las tecnologías. En Argentina, puntualmente, destacó la grave problemática de salud pública, derechos humanos, justicia social y equidad de género del aborto inseguro e ilegal; además de repudiar la criminalización y revictimización exigiendo #NiMuertasNiPresas por abortar y visibilizar la demanda política de reconocimiento a la soberanía sobre nuestros cuerpos y el derecho a decidir sí y cuándo parir.

4.8 2018, en marea verde

Valeria Fernández Hasan y Soledad Gil describen en su artículo *“Los hilos que nos tejen: De #NiUnaMenos a los pañuelazos. Narrativas y prácticas periodísticas feministas”*:

2018 resultó un momento de condensación de sentidos que dio como resultado un ensanchamiento inusitado del activismo feminista local con una apertura de la agenda política hacia temas que no habían logrado salir de los límites del ghetto y, simultáneamente, una expansión, precisamente de los límites, geográficos esta vez, de Argentina al mundo, haciendo que nuestra ola verde se convirtiera en una marea que no ha terminado de subir (2019: 1885).

Claudia Laudano (2018) da cuenta de cómo el debate por el aborto legal llegó al *prime time* de la televisión argentina en enero de 2018. Recuerda una serie de hechos del contexto que habían llevado las temáticas y discusiones feministas a la agenda mediática más hegemónica y comercial.

A nivel internacional, el movimiento #MeToo del cine hollywoodense estaba en pleno auge. En la escena nacional, la actriz Calu Rivero hizo pública la denuncia a su colega Juan Darthés por el acoso sexual sufrido durante el rodaje de una reconocida novela. Esta acción removió el debate en magazines y programas con panelistas donde se trató este caso y se buscó la opinión de varios/as referentes del mundo del espectáculo. A partir de ello, se sucedieron declaraciones que generaron mucha repercusión, a favor y en contra, en redes sociales, principalmente *Twitter*.

Entre las polémicas expresiones se encontraron las del actor Facundo Arana, reforzando el estereotipo de la maternidad como destino ineludible de las mujeres; la actriz Muriel Santa Ana contando que había abortado a sus 24 años; el cantante Cacho Castaña, bromeando y avalando la violación; la actriz Araceli González, explicando que no era feminista porque amaba a los hombres.

En este sentido,

la estrategia de entrada a los medios tradicionales establecida por el movimiento a través de diferentes actoras/es (activistas como Luciana Peker o Malena Pichot y Organizaciones concretas como la Campaña) respondió a una oportunidad no buscada pero exitosamente aprovechada e incorporada como ‘estrategia comunicacional’ (Fernández Hasan, 2019).

Según Fernández Hasan (2019), la noción de “ventana de oportunidad”, trabajada por varias autoras como Luciana Peker (2018), Libertad Borda y Carolina Spataro (2018),

Florencia Rovetto, Mariángeles Camusso y Lucía Figueroa (2018) sostiene la idea de que si bien los medios tienen sus lógicas e intereses propios, dejaron abierto durante 2018 un intersticio por el cual las activistas supieron colarse y sacar provecho para instalar la agenda del feminismo popular como nunca antes había sido posible en los medios masivos de comunicación. Laudano (2018), en la misma línea, da cuenta del proceso de mutua imbricación entre mediatización y viralización de las discusiones al que denomina “feministas en todas partes” durante este ciclo ascendente de ingreso del tema del aborto al espacio público, donde las herramientas se potencian: de la televisión a las redes conversando sobre el asunto.

En este marco, *Intrusos*, un reconocido “programa de chimentos” de la tv argentina, produjo una serie de emisiones con un grupo de feministas que debatían temáticas feministas con el conductor, Jorge Rial, y sus panelistas. Tal como señala Alcaraz, paradójico que el lugar se diera en un espacio

que no se caracteriza por abordar problemáticas sociales ni de derechos humanos, sino que más bien se concentra en hurgar la intimidad de los famosos y las famosas y que muchas veces refuerza estereotipos de género, mandatos de belleza y miradas sexistas (2018: 220).

Durante cuatro días, cuatro referentes dialogaron sobre desigualdad, escalas y formas de violencia machista, trabajo doméstico no remunerado y justicia social, con rating en ascenso.

La amalgama redituable del rating televisivo exitoso (con emisiones en *YouTube* que acumulaban 500.000 vistas) y tendencias favorables diarias para el programa, garantizaron la continuidad de las invitadas. Flor Freijo, Malena Pichot, Julia Mengolini y Luciana Peker se explayaron sobre alcances teórico-políticos del feminismo, el acoso sexual y distintas formas de discriminación en los medios, entre otros (Laudano, 2018b: 3).

Visibilizada la necesidad de debatir sobre la interrupción legal del embarazo, Jorge Rial, autodeclarado machista en recuperación- anunció que daría el espacio para ello y cerró la semana con el pañuelo verde de la *Campaña Nacional por el Aborto Legal, Seguro y Gratuito* en su muñeca, al tiempo que lanzó una encuesta de opinión sobre #AbortoLegalSeguroyGratuito. El activismo digital feminista se apropió del *hashtag* y lo posicionó en el primer puesto de las tendencias por segundo día consecutivo, durante diez horas. Una dinámica fluida entre “viralización y mediatización: un solo corazón a favor de #abortolegal” se encontraba en pleno desarrollo (Laudano, 2018b).

El 5 de febrero la actriz, comedianta y conductora radial Virginia Godoy, reconocida como “Señorita Bimbo”, se presentó en el programa con el pañuelo verde de la *Campaña Nacional por el Derecho al Aborto* y mencionó la palabra “misoprostol”. “El nombre del medicamento para abortos con pastillas fue tendencia en las búsquedas de Google en Argentina” (Alcaraz, 2018:222).

A partir de esto,

se produjo una sinergia entre las acciones de las mujeres organizadas, las alianzas y las aliadas periodistas que permitió que la agenda de género/feminista encontrara un lugar en la agenda de los medios. Simultáneamente, se trató de una sinergia con distintos/as actores sociales, voces de la sociedad civil legitimadas que a partir del hito Ni una Menos han ido adquiriendo visibilidad y acción política: activistas, referentes de organizaciones sociales, comunicadoras, intelectuales, defensoras/es de derechos humanos, etcétera (Fernández Hasan y Gil, 2019: 1891).

Si bien la temática aborto fue recurrente en los abordajes de periodistas feministas en medios hegemónicos y se sostuvo constante en los medios alternativos y comunitarios, su ingreso fue irreversible, más allá de los distintos posicionamientos y niveles de resistencia, a partir de ese primer mes de 2018.

La entrada al espacio la produce una organización. Hay una historia de cabildeo y una Campaña que tiene trece años que nos permitió reaccionar rápido a lo que estaba pasando en la televisión. Pudimos sostener y responder a la demanda de los medios, que después de eso fue avasalladora (Gutiérrez, 2019)

María Alicia Gutiérrez, integrante histórica de la *Campaña* describe la metodología de relación con los medios durante todos esos años, con la elaboración de un dossier con argumentos y la asistencia de un par de compañeras de características diversas, preferentemente locales, ante los medios y periodistas que lo solicitaran.

A la insólita alianza de la tv comercial y reproductora de estereotipos se sumó otra inesperada: el gobierno nacional de turno, perteneciente a la *Alianza Cambiemos*, aunque fuera solo un apoyo inicial.

La *Campaña* convocó, a partir de esto, a un Pañuelazo federal el 19 de febrero. La acción se decidió en los encuentros de cabildeo previos,

reuniones donde la Campaña junto con legisladoras aliadas, representantes de organismos de derechos humanos, activistas y otras voluntades piensan estrategias de incidencia para juntar avales, para convencer indecisos e indecisas, para construir el consenso hacia la ley (Alcaraz, 2018: 213).

Esa jornada, el *hashtag* #AbortoLegalYa marcó un récord en *Twitter* al instalarse como primera tendencia por cuarta vez consecutiva en 2018, solo que esta vez como parte de la estrategia de la *Campaña* para incidir en el tratamiento de la ley, junto al pañuelazo convocado en el Congreso Nacional y las plazas del país.

La ciberacción concitó un entusiasmo inusitado, con cifras de participación de cuentas y tuits desbordantes de información, argumentos y emojis, que sorprendió a más de un analista de redes; mientras que en la arena política significó un hito en la trayectoria de liderazgo de la @CampAbortoLegal (Laudano, 2018b: 4).

La investigadora (2019) subraya cómo se entrelazaron las dos dimensiones de la estrategia organizativa de la *Campaña*: por un lado, las movilizaciones en la esfera pública tradicional, con los denominados “pañuelazos” en todo el país y, por otro, en las acciones digitales en redes en torno al *hashtag* principal #AbortoLegalYa.

Ese día histórico abrió paso a muchos otros, igual de numerosos. Múltiples plazas y espacios públicos de distintas ciudades del país reunieron a miles de mujeres y pibas ese día. Muchas llegaron con su pañuelo verde atado, muchísimas más se organizaron para acceder a él durante los días previos y durante esa jornada. La marea verde era un hecho imparable y cuantiosamente visible en las calles y en las redes sociales. La comisión de Comunicación de la *Campaña* comenzó una tarea ineludible de información, argumentación, *hashtags*, tuitazos y demás estrategias para inundar las calles y las redes sociales. Y con la imagen de ese histórico primer pañuelazo, abrió su muro en *Instagram*, en febrero de 2018.

Solo en Buenos Aires, diez mil pañuelos se vieron extendidos y agitados, entre la multitud diversa que se hizo presente frente al Congreso de la Nación, en el primero de muchísimos pañuelazos que marcaron ese año. Alcaraz (2018) describe que se trató de la primera ocupación masiva del espacio público del año en pleno verano porteño. Entre ellas se encontraban muchas de las pioneras históricas de la *Campaña*, referentes del feminismo, diputadas, integrantes de partidos políticos, organizaciones sociales y de derechos humanos. Muchísimas de ellas eran jóvenes estudiantes secundarias. “La revolución de las pibas”, denominaría al fenómeno la periodista y escritora feminista Luciana Pecker.

“Un mar de pañuelos verdes y un grito unánime frente al Congreso para pedir por el aborto libre, seguro y gratuito”, tituló *Infobae* ese 19. “Miles de mujeres se manifestaron frente al Congreso para reclamar por el aborto”, señaló por su parte el conservador diario *La Nación*. *Clarín*, por su parte, le dio espacio al tema en varias de sus columnas de opinión de ese fin de semana.

Los primeros meses de 2018 fueron intensos para el activismo feminista. La estrategia política tuvo un costado comunicacional eficaz que obtuvo respuesta en los medios masivos y por primera vez el feminismo popular se hizo visible en los estudios de televisión haciendo eco su voz en el resto de los medios (Fernández Hasan y Gil, 2019: 1896).

A un mes del paro internacional de mujeres lesbianas, travestis y trans, la acción de visibilización del reclamo al Congreso de la ley fue muy significativa y, cuatro días después, los diarios anunciaron en sus portadas que el presidente Mauricio Macri había dado “luz verde” al debate en el Congreso.

El primero de marzo, en la apertura de las sesiones ordinarias del Congreso de la Nación, el presidente dijo:

Hace 35 años que venimos postergando un debate sensible, el aborto. Y como dije más de una vez, estoy a favor de la vida, pero también estoy a favor de los debates maduros y responsables que como argentinos tenemos que darnos (Macri, 2018).

Seis días después, la *Campaña* presentó por séptima vez el Proyecto de Interrupción Voluntaria del Embarazo en la Cámara de Diputados/as, con un récord de firmas: 71 avales de todo el arco político: el bloque completo del Frente de Izquierda, 38 del Frente para la Victoria y 22 del oficialismo, Juntos por el Cambio.

Como estrategia para visibilizar cómo la propuesta era transversal a todo el feminismo, el proyecto fue encabezado por cuatro diputadas co-firmantes: Victoria Donda, del Movimiento Libres del Sur; Brenda Austin, de la UCR-Córdoba; Mónica Macha, Unidad Ciudadana y Romina Del Pla, del Frente de Izquierda. El inmenso salón previsto quedó chico para el acto. Expusieron las diputadas cofirmantes y también integrantes de la *Campaña*.

Este proyecto, discutido en foros en todo el país, planteaba que toda mujer y persona gestante que solicitara un aborto y diera su consentimiento por escrito tenía derecho a acceder a él en un plazo máximo de cinco días, sin ninguna autorización judicial. Para las personas de entre 13 y 16 años, afirmaba “la aptitud y madurez suficiente para decidir la práctica y prestar el debido consentimiento”. Para menores de 13 años, exponía “se requerirá su consentimiento informado con la asistencia de al menos uno de sus progenitores o representante legal”. Asimismo, el texto formulaba que las prestaciones médicas básicas obligatorias para la interrupción del embarazo debían integrar las coberturas de todos los efectores de salud: sector público, obras sociales y medicina prepaga. El proyecto también exigió la derogación de los artículos del Código Penal que penalizaban a la mujer y al personal sanitario que realizara aborto bajo consentimiento.

La propuesta fue girada a cuatro comisiones, encargadas de debatir en plenario: comisión de Legislación General; Familia, Legislación Penal y Salud.

La primera reunión de comisiones fue el 20 de marzo de 2018, seguido por un cronograma de audiencias públicas con la participación de expositores y expositoras de todo el país y el mundo, con diversas profesiones, formaciones, edades, trayectorias, tanto a favor como en contra del proyecto.

El inicio de las exposiciones informativas en el Plenario de Comisiones, el 10 de abril, reinstaló el multiexitoso *hashtag* #AbortoLegalYa en el primer puesto de las tendencias, con una conversación que se extendió durante trece horas. La transmisión en directo por el canal oficial en *YouTube* de la Cámara de Diputados generó un seguimiento atento en la ciudadanía, con un escrutinio minucioso de las falacias promovidas por participantes contrarios a la legalización del aborto, junto a acciones de presión por medios digitales hacia legisladoras/es para que definieran públicamente su voto, entre ellas, desde la plataforma activa del Congreso.

A partir de entonces, se registra una cronología sostenida de acciones exitosas en redes durante las sesiones informativas, donde el reclamo por la legalización del aborto se convirtió

en tendencia de debate con diferentes *hashtags*: #QueAbortoSeaLey, #AbortoNosotrasDecidimos, #AbortoLegalJusticiaSocial, #AbortoLegalEsSalud, #AbortoDeudadelaDemocracia, #YoVotoAbortoLegal, entre otros, para sortear la regla de las empresas medidoras que dejan de rankear aquellos que se convierten en tendencia con asiduidad. “Las redes son nuestras” posteaba la Marea Verde eufórica (Laudano, 2018b: 5).

Por más de 130 horas de debate, a lo largo de 15 audiencias, 738 voces expusieron sus posicionamientos y argumentos. El proceso fue seguido por más de un millón de personas a través de *YouTube*. “Se trató de un hecho político, pedagógico, abierto y público que fortaleció la democracia y logró construir un amplio consenso social”, afirma Florencia Alcaraz (2018, 232).

4.8.1 De las calles a las redes y a las bancas

Tres ministros de salud de distintas gestiones presidenciales hablaron a favor del proyecto IVE: Ginés González García, ministro de Néstor Kirchner por ese momento y, posterior ministro de Alberto Fernández; Daniel Gollán, responsable de la cartera durante el último periodo de gobierno de Cristina Fernández y Adolfo Rubinstein, ministro de la presidencia de Mauricio Macri.

La mayoría de los plenarios se desarrollaron los martes y jueves de abril y mayo, por extensas jornadas. La variedad de perfiles en los y las disertantes a favor del proyecto fue mucho mayor que las voces en contra. Además de abogadas/os, profesionales de la salud, investigadoras/es, periodistas, actrices, la presencia de activistas de todo el país, de todas las edades, marcaron la diferencia y dieron cuenta de cómo la *Campaña* se extendía federal y transversalmente en la sociedad argentina. En este marco, Alcaraz (2018) señala que los “martes verdes” formaron parte de acciones públicas en las plazas de todo el país y en las redes sociales. En múltiples rincones del país sucedían, de manera simultánea, actividades culturales, talleres, charlas, pañuelazos y demás propuestas políticas que convocaban diversos colectivos de artistas, músicas, docentes, bailarinas, periodistas, poetas, escritoras, periodistas, ilustradoras, actrices, trabajadoras estatales, gestoras culturales, organizaciones políticas, partidos y organizaciones de derechos humanos. Y otra particularidad y potencia de esos encuentros se observó en la presencia de miles de caras y cuerpos jóvenes. Adolescentes con sus uniformes, banderas de sus colegios y centros de estudiante, vestidas/es, como el resto de las activistas del espacio público, de verde, bajo la consigna “aborto legal”.

Desde la primera exposición en Comisiones de la Cámara de Diputados, personas agrupadas por sus actividades y oficios comenzaron a juntar firmas en cartas dirigidas a los diputados y diputadas, solicitando su voto a favor de la ley de interrupción voluntaria del embarazo. La iniciativa surgió del colectivo de *Actrices Argentinas* y continuó con las trabajadoras de prensa, músicas y trabajadoras de la industria musical, camarógrafas y

fotógrafas, cineastas y trabajadoras de medios audiovisuales, dibujantes, comediantes, bailarinas, investigadoras y universitarias, locutoras, arquitectas y diseñadoras, trabajadoras por los derechos de la niñez y la adolescencia, investigadoras del Conicet, trabajadoras de la salud mental, psicólogas, psicoanalistas y emprendedoras autogestivas, entre otros colectivos.

Es muy importante que sea así, en colectivos. No sólo se trata de mandar una firma sino de tener la capacidad de juntarnos, y la lucha por esta ley lo está logrando. Hay mujeres que están invisibilizadas y de esta manera, juntas, en los distintos colectivos, se visibilizan. Nunca vi algo así, es un momento histórico, y el reclamo es urgente”, comentó la escritora Claudia Piñeiro al diario *Clarín* (REEDAS-org.ar, 4 de abril de 2018).

Por su parte, Diana Maffía, doctora en filosofía y directora del Observatorio de Género en la Justicia del Consejo de la Magistratura de la Ciudad de Buenos Aires, quien sumó su firma al documento de mujeres académicas, explicó que

el pedido de a grupos tiene el objetivo de mostrar a la vez la cantidad y la diversidad de apoyos, y romper el prejuicio de quiénes somos las mujeres que abortamos y en qué condiciones. Me parece una campaña muy lograda (REEDAS-org.ar, 4 de abril de 2018).

Dichas cartas fueron leídas o referenciadas por las expositoras que argumentaban en Comisiones, así como publicadas en redes sociales de cada uno de los colectivos y sus integrantes. En algunos casos, se hacía algún acto de visibilización y lectura, coronado con un pañuelazo.

Como contrapartida, también se viralizó un video de famosos y famosas que se oponían a la aprobación de la ley. Bajo el lema "Cuidemos las dos vidas", se sumaron Maru Botana, Amalia Granata y Susana Romero. El resto de los 12 personajes que participaron (jugadores de rugby, músicos, periodistas) fueron hombres: Gastón Recondo, César "Banana" Pueyrredón y los hermanos Felipe y Manu Contepomi, entre otros.

El martes 29 de mayo, diversos colectivos presentaron a diputadas y diputados, a través del presidente de las comisiones, Daniel Lipovetzky, 70 mil firmas a favor del proyecto. El 12 de junio fue el último plenario de comisiones y diputadas y diputados firmaron el dictamen con algunos cambios que apuntaban a lograr acuerdos de mayoría. 64 firmas a favor de la propuesta contra 57 en contra.

El equipo de REDAAS (Red de Acceso al Aborto Seguro Argentina), ELA (Equipo Latinoamericano de Justicia y Género) y CEDES (Centro de Estudio de Estado y Sociedad) realizó un contraste entre los diferentes argumentos a favor y en contra que se expusieron en el debate en Comisiones en Diputados, todos los martes y jueves, de 9.30 a 18.30 horas, durante seis semanas. Como resultado se analizaron 242 exposiciones a favor y 241 en contra. Los fundamentos se dividieron, por tipo de intervención, en cuatro categorías: jurídicos; científicos-médicos; datos y estadísticas; y sociales y culturales.

Entre los argumentos jurídicos a favor de la legalización del aborto que se detallaron, se encontraron:

- el cambio desde un sistema de regulación del aborto exclusivamente basado en causales a un sistema basado en plazos resulta consistente con la Constitución Nacional y con los tratados internacionales de derechos humanos a los que Argentina ha adherido.
- el artículo 86 del Código Penal reconoce casos en los que el aborto es legal (peligro para la vida o la salud de la mujer y embarazo producto de una violación) desde 1921, por lo que era irrelevante determinar el inicio de la vida, dado que el marco jurídico reconoce su protección incremental.
- la necesidad de ampliar el reconocimiento de los derechos humanos de las mujeres.
- la amenaza de sanción penal no ha disuadido a las mujeres de acceder a la práctica, por lo que el Congreso de la Nación debe despenalizar la conducta.
- la ausencia de contradicción entre el reconocimiento de la vida en gestación y la despenalización del aborto.
- el derecho penal es el último recurso normativo para proteger un bien jurídico y hay otras formas de proteger la vida en gestación que no suponen la regulación penal.

Por el otro lado, entre los argumentos jurídicos en contra, se formularon:

- el inicio de la protección jurídica de la vida desde la concepción implica que legalizar el aborto sea una violación de la Constitución Nacional y los tratados internacionales de derechos humanos que Argentina ha ratificado.
- la falta de obligación internacional de legalizar el aborto en Argentina.
- el derecho natural penaliza el aborto y el Congreso de la Nación (ni ninguna otra autoridad) puede discutirlo.
- las provincias que han reconocido la vida desde la concepción en sus constituciones pueden abstenerse de cumplir una ley de interrupción voluntaria del embarazo.

Respecto del punto de vista médico, en argumentaciones a favor, se habló de:

- la importancia de conceptualizar el tema como un problema de salud pública que se complementa con otras políticas públicas como la educación sexual integral y el acceso a la anticoncepción.
- el análisis de los distintos obstáculos a los que se deben enfrentar los equipos de salud para garantizar el derecho al aborto.
- la necesidad de las/os profesionales de la salud de contar con normas claras y de alcance nacional en relación a la práctica de interrupción del embarazo.
- las/os profesionales de la salud deben realizar estas prácticas, más allá de sus creencias, como harían cualquier práctica médica y, en caso de disponerse la posibilidad de alegar objeción de conciencia, ésta nunca puede ser institucional.

- reconocer el derecho a la salud de las mujeres significa respetar que sean ellas mismas quienes decidan sobre su proyecto de vida.
- el aborto no es traumático en sí mismo, sino que es la clandestinidad, el silencio y el ocultamiento lo que puede llegar a tornarlo un evento traumático para las mujeres.

Por su parte, los argumentos médicos en contra de la legalización giraron en torno a:

- el comienzo de la vida desde la concepción, dado que desde ese momento tiene un ADN distinto del de sus progenitoras/es.
- énfasis en la potestad de cada persona de construir su propia escala de valores para cumplir o no con los mandatos legales.
- el juramento hipocrático de las/os profesionales de la salud reconoce la protección de la vida desde la concepción.
- el sistema sanitario argentino no se encuentra en condiciones de soportar la legalización del aborto y deben arbitrarse medidas para disuadir a las mujeres de seguir adelante con su decisión.
- ninguna práctica de aborto es segura y existen múltiples consecuencias para la salud de las mujeres: “síndrome post aborto” y sus consecuencias en la salud de mujeres y varones.
- históricamente el saber médico hegemónico determinó qué era correcto y qué incorrecto y no puede obligarse a las/os profesionales de la salud a violar su juramento hipocrático.

Los argumentos estadísticos y en base a datos a favor de la legalización del aborto giraron en torno a:

- la tasa de mortalidad materna por aborto como la principal causa individual de muerte materna en el país.
- la estimación de abortos clandestinos por año.
- los datos sobre reducción de mortalidad materna y de cantidad de abortos en países que han legalizado la práctica.
- la inequidad social y geográfica que existe en el país en relación al acceso a la práctica.
- resultados de encuestas que mostraban el grado de apoyo social que tenía la despenalización del aborto.
- datos sobre embarazos de niñas y adolescentes.
- la relación entre mortalidad materna y abortos inseguros, en estadísticas de distintas provincias de Argentina y de otros países.
- datos sobre los costos que supone el acceso a un aborto en Argentina.
- las dificultades que supone los subregistros de muerte por abortos inseguros.

Los argumentos estadísticos y en base a datos en contra de la legalización del aborto giraron en torno a:

- desacreditar las estimaciones anuales de aborto en Argentina.
- argumentar en relación a que la legalización no disminuyó las muertes maternas por aborto.
- sostener el aumento de la cantidad de abortos en los países que han legalizado la práctica.
- señalar que las tasas de mortalidad materna en Chile y Uruguay disminuyeron antes de la legalización del aborto, por lo que esa atenuación respondía a otros factores.
- destacar que la tasa de mortalidad materna por aborto ha mermado en los últimos años y que, es por eso, que debían establecerse políticas públicas para reducir otras causas de muerte materna.
- sostener de manera reiterada la existencia del “síndrome post aborto”.
- cuestionar la evidencia brindada sobre las experiencias de países europeos en relación al descenso de la mortalidad materna.

Finalmente, respecto de los argumentos sociales y culturales a favor de la legalización del aborto, se formuló que:

- el avance normativo contribuye a una sociedad más igualitaria, justa, inclusiva, tolerante y democrática.
- el deber del Estado de proteger y garantizar a las mujeres el ejercicio de sus derechos.
- la poca relevancia que tiene en el debate las creencias personales, religiosas o morales de algunas personas, dado que el Estado representa a la sociedad en su conjunto.
- la criminalización que ha generado discriminación, violencia simbólica y violencia institucional.
- la autonomía de la mujer y su derecho a decidir sobre su cuerpo y su proyecto de vida.
- la legitimidad social del proyecto.
- la injusticia de que mujeres y varones trans no puedan decidir sobre sus cuerpos o su plan de vida.

Y sobre los argumentos sociales y culturales en contra de la legalización del aborto, se planteó que:

- la protección de la vida desde la concepción y en la generación de alternativas para dar acompañamiento a las mujeres embarazadas.
- el aborto como práctica que atenta contra la demografía del país y que genera discriminación, violencia, sexualidad forzada y situaciones de abuso.

- las supuestas consecuencias del aborto para las mujeres.
- la importancia de proteger "las dos vidas", la de la mujer y la del feto o embrión.
- la valoración de la maternidad y de la paternidad.
- el aborto como una solución que genera discriminación, violencia, sexualidad forzada y situaciones de abuso, aumentando el sometimiento de las mujeres.
- la necesidad de valorar la maternidad como "vocación" de la mujer.
- la modificación normativa propuesta como vinculada a acciones inmorales, antidemocráticas y de control demográfico (REDAAS, 2018).

Tras todas estas argumentaciones de diversos sectores de la sociedad, el 13 de junio comenzó el tratamiento de la ley de interrupción voluntaria del embarazo por primera vez en la Cámara de Diputados y Diputadas. Toda la jornada fue de celebración, aún antes de conocer el resultado. Florencia Alcaraz (2018) lo describe como un "Lollapalooza feminista", con tres escenarios, colectivos de artistas, talleres, conversatorios y un festival de reconocidas músicas y bandas.

Con un total de 152 diputadas y diputados anotados como oradores y con veinte minutos disponibles cada uno/a, el tratamiento se hizo extenso y con sucesivos altos y bajos. El "porroteo", el análisis de votos a favor y en contra que se realizaba cuidadosamente desde la *Campaña*, se definía a partir de expresiones previas de los/as legisladores/as, pero, en varios casos, no había una decisión públicamente informada, por lo cual se dependía de lo que se expondría ese día en el recinto. La jornada entera fue "a todo o nada". El lobby no se detuvo un momento, tanto en los pasillos de la Cámara de Diputados como, fundamentalmente, en los alrededores del Congreso. "¡Mantener la calle!, fue una orden y un mensaje que circuló toda la noche entre quienes estaban adentro y aquellas que sostenían el afuera" (Alcaraz, 2018: 245).

Mientras las expresiones de quienes se oponían a la legalización de la interrupción voluntaria del embarazo reiteraban opiniones absurdas y hasta irrespetuosas, las mujeres operaban adentro y afuera del Congreso. La periodista Florencia Alcaraz (2018) destaca la poderosa alianza que se tejió entre las diputadas, el activismo histórico, la comisión de Cabildeo de la *Campaña*, las actrices y las trabajadoras del Congreso. Después de 23 horas de debate se votó en el recinto. El resultado se hizo público a las 9.51 del 14 de junio, con 129 votos a favor y 125 en contra, 1 abstención y 1 ausencia. El recinto estalló en un aplauso cerrado y la calle prolongó la fiesta que había comenzado un día antes.

4.8.2 El no del Senado

Tras este significativo paso, las acciones se sucedieron en el Senado. Los jefes de las bancadas Justicialista, Miguel Ángel Pichetto, y del interbloque Cambiemos, Luis

Naidenoff, garantizaron un pronto debate y acompañar el reclamo mayoritario de la sociedad. Por su parte, Cristina Fernández de Kirchner, a través de un tuit, afirmó que todo el bloque del Frente para la Victoria votaría a favor de la ley. Esta posición fue más que significativa dado que, como ya mencionamos, durante el mandato de su marido y el suyo propio como presidenta, de 2003 a 2015, no se avanzó sobre este tema y Fernández se manifestó abiertamente en contra de la legalización del aborto.

Hasta este momento, Claudia Laudano expone que en las redes sociales se identificaba un marcado predominio de las acciones digitales a favor del aborto legal (“las redes son nuestras”, proclamaba la marea verde exultante), con escasa incidencia de los sectores contrarios. No obstante, ante la derrota de la media sanción se fortalecieron y apelaron a una estrategia ofensiva en diferentes campos, imitando los recursos básicos creados y desplegados por la Campaña: creación de un pañuelo celeste, convocatorias de pañuelazos y tuitazos, incidencia mediática, con mayor presencia en medios de comunicación, e incidencia legislativa, en comunicación directa con senadores y senadoras. “En cuanto a las estrategias digitales, lograron algunos trending topics con *hashtags* como #CuidemosLasDosVidas, #ArgentinaQuiereVida, #LaVidaNoSeNegocia, #SalvemosLasDosVidas, #MarchaPorLaVida y #VotemosVida” (Laudano, 2019: 364). De esta manera, en el Senado el trayecto fue mucho más sinuoso y complejo. El 19 de junio la media sanción ingresó formalmente en la Cámara Alta y la primera dilación se produjo en torno a las comisiones a las que se enviaría. En el recinto se decidió, finalmente, el giro a Salud, Justicia y Asuntos Penales y Asuntos Constitucionales.

Nuevamente, se replicó la modalidad de audiencias desarrollada en Diputados, pero con un clima más solemne y hostil, además de a menor escala: no estaba permitido ingresar con pañuelo verde al salón Arturo Illia, tampoco se podía aplaudir ante una buena intervención (quienes querían celebrarla, movían sus manos, agitándolas). Durante un mes, se realizaron siete encuentros con 145 expositoras/es. Las alianzas políticas que se habían logrado y festejado en la Cámara de Diputados, fueron casi inexistentes en el Senado (REDAAS, 2019).

Durante este periodo, la organización de la ofensiva y el lobby antiderechos se recrudeció. En el mismo mes de junio el papa Francisco comparó la interrupción voluntaria del embarazo con las prácticas del nazismo.

En el último plenario de comisiones, una discusión reglamentaria impidió firmar un dictamen. Todo se definiría en la sesión del 8 de agosto, con un mal panorama. La calle se preparó para duplicar la vigilia, pero a diferencia del 13 de junio, esta vez los y las manifestantes contra el aborto habían crecido en cantidad. Mientras, en el interior, Gabriela Michetti, presidenta de la Cámara Alta, desplegó un dispositivo de seguridad que blindó el debate e impidió a las protagonistas feministas y a los medios ingresar, incluso se restringió

el acceso a referentes de derechos humanos, como Nora Cortiñas. Intercedió el senador Pino Solanas, quien la invitó a su despacho, en el tercer piso, donde vio por televisión las intervenciones. Más tarde, pudo ingresar al sector de prensa, en el Salón de las Provincias, de donde nuevamente la expulsaron, por la madrugada.

Cuatro meses duró el histórico tratamiento de la legalización del aborto en el Congreso. Después de 13 años de su primera presentación, (...) La presión de sectores conservadores políticos y religiosos logró primero imprimirle al tratamiento un ritmo más lento y luego ir sumando voluntades al rechazo con el correr de las semanas (Abrevaya, 2018).

El periodista Sebastián Abrevaya describe de esa manera el contexto en la nota titulada "*Nadie puede parar el viento*", publicada en el *Suplemento Las 12*, los avatares de aquellos días. (Página 12, 10 de agosto de 2018). Tras los discursos de cierre y los resultados del poroteo indicando la derrota de la aprobación de la IVE, a las 2.44 de la madrugada del 9 de agosto, la votación clausuró con 38 votos en contra, 31 a favor, 2 abstenciones y 1 ausencia. Si bien el Senado bloqueó la oportunidad de cambiar el *statu quo* de libertades recortadas sin el derecho a decidir, 2018 marcó un hito en la lucha por este derecho en Argentina y en los modos de organizarse y articularse de diversos sectores que componen los movimientos feministas.

El contexto del 2018 fue ideal para el tratamiento del proyecto. Desde las alianzas políticas que traspasaron los colores partidarios hasta el crecimiento del movimiento feminista y el surgimiento de la ola verde. El gran triunfo del debate fue la discusión que se generó alrededor de un tema que antes era tratado solo por un pequeño grupo de activistas o profesionales de la salud. El aborto llegó a boca de todas/os trascendiendo las fronteras de Argentina y alcanzando los países de Latinoamérica. El tema ya no podrá ser evitado en futuras discusiones (REEDAS, 2019: 3).

30 años después que Dora Coledesky conformara la *Comisión por el Derecho al Aborto (Codeab)* y tras 13 años de la creación de la *Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito*, todo el país se había detenido en algún momento a debatir sobre el tema. El derecho a decidir había ocupado espacio de la agenda mediática, de la opinión pública y, por primera vez en la historia, alcanzado su tratamiento en ambas cámaras legislativas: 738 personas pasaron por la Cámara de Diputados y Diputadas con sus argumentos. 145 hablaron en el Senado. El comunicado de la Campaña Nacional fue inspirador y esperanzador:

Nos llamamos a seguir abrazadas en amorosos pañuelazos, en Argentina, en Nuestra América y el Mundo. Llamamos a no votar candidatos/as que nos hayan negado o que se hayan posicionado contra nuestro derecho a decidir, a la vez que instamos a cada partido político a que incluya en su plataforma electoral, rumbo a las elecciones de 2019, la Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo, porque es la demanda de mayor consenso del movimiento de mujeres, lesbianas, travestis y trans y feminista que representa a la mayoría de la población del país (...) Porque ¡somos invencibles y porque seguimos en Campaña! Porque además ahora nos acompañan las más jóvenes, con las que junto a las pioneras volveremos a gritar en el Congreso, en las calles y en las redes: Educación sexual para decidir, Anticonceptivos para no abortar, Aborto legal para no morir. Estamos haciendo historia. Aborto legal, una deuda de la democracia (13 de agosto de 2018).

De esta manera, a pesar de la negativa a la sanción de la Ley, el recorrido realizado fortaleció significativamente la democracia feminista y, durante cinco meses, la conversación sobre aborto fue constante, derribando viejos mitos, visibilizando la problemática como propia de todas las personas gestantes e informando desde el conocimiento científico en la seguridad de esta práctica, a partir del uso del Misoprostol. No alcanzó para convertir el proyecto en ley, pero fue el gran paso necesario. Al respecto, Claudia Laudano señala que 2018 será recordado como un año muy fructífero para el ciberactivismo feminista por el #Abortolegal en el país. “Si el ciberactivismo feminista constituyó un factor desencadenante del debate legislativo; en su devenir, se transformó en una de las dimensiones significativas del reclamo por la legalización del aborto junto a la multitudinaria movilización nacional” (Laudano, 2019: 365).

4.9 De promesas electorales a acciones

2019 comenzó a sabiendas de que sería un momento complejo para el debate de la IVE, dado que se trataba de un año electoral. Sin embargo, los movimientos de mujeres exigieron que las temáticas de género, y puntualmente la interrupción voluntaria del embarazo, conformara la agenda electoral, demandando a los y las candidatas a expedirse sobre su posicionamiento al respecto.

De los seis candidatos presidenciales que compitieron para el mandato 2019-2021, solo Alberto Fernández (Frente de Todos) y Nicolás del Caño (Frente de Izquierda de los Trabajadores-Unidad) se manifestaron abiertamente a favor de la legalización del aborto. Mauricio Macri, presidente en ejercicio, (Juntos por el Cambio) y Juan José Gómez Centurión (Frente NOS) se expresaron en contra, mientras que Roberto Lavagna (Consenso Federal) y José Luis Espert (Frente Despertar), mientras explicitaron oponerse a la interrupción voluntaria del embarazo en lo personal, dejaron abierto el camino a la legalización si así lo definía el Congreso.

En cuanto a Mauricio Macri, si bien fue quien habilitó el debate en 2018, su posicionamiento presentó un significativo giro (o se evidenció su postura inicial), durante el tratamiento del proyecto. Tal como ya se explicitó, los y las legisladoras de Cambiemos, en su mayoría, votaron en contra de la iniciativa (sobre todo en el Senado). Una de las grandes críticas por parte de las y los legisladores oficialistas que motorizaron la medida fue que desde Casa de Gobierno los/as dejaron solo/as. En 2019, durante la campaña electoral, el senador Federico Pinedo aseguró que el Presidente lo había llamado durante el debate para que nadie dijera que él estaba a favor del aborto. Y, además, aseguró que desde el bloque trabajaron para lograr el rechazo del proyecto. Si bien esto había sido claro en el porroteo, no se había hecho explícito y oficial, desde fuentes internas del Frente Cambiemos.

En la Plenaria de la *Campaña*, realizada en Córdoba en marzo de 2019, se acordó el articulado del Proyecto de Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo, a presentar, nuevamente, en el Congreso Nacional. El octavo proyecto elaborado por la *Campaña* (al igual que los que le precedieron) fue el resultado de más de cuatro meses de trabajo de la Comisión Redactora —integrada por activistas de la *Campaña* y elegida democráticamente—, de discusión territorial en todo el país y de dos jornadas exhaustivas de debate en el marco de la plenaria. El mismo implicó, a diferencia de sus precedentes, una activa revisión del séptimo proyecto y de su discusión en el Congreso durante 2018.

El 28 de mayo, la *Campaña* presentó por octava vez dicho proyecto, acompañada por una marea de pañuelos verdes que, lejos de apagarse tras el rechazo del Senado en agosto de 2018, siguió creciendo y organizándose en todo el país. El proyecto fue firmado, una vez más, por diputadas y diputados de diversos partidos políticos. Entre las modificaciones que este texto presentó, en relación al tratado en 2018, se encontró: la especificación del concepto de "salud integral", comprendido conforme a la definición de la Organización Mundial de la Salud (OMS), que no sólo habla de las mujeres, sino que plantea que "en ejercicio de sus derechos humanos, toda mujer u otras identidades con capacidad de gestar tienen derecho a decidir voluntariamente y acceder a la interrupción de su embarazo hasta las catorce semanas, inclusive, del proceso gestacional". Asimismo, incorporó un capítulo sobre "políticas de salud sexual y reproductiva" y "educación sexual integral"; especificó que los conceptos "interrupción voluntaria del embarazo" y "aborto" debían ser considerados términos equivalentes; no explicitó en el texto la objeción de conciencia ni la necesidad de denuncia ante una violación.

Al asumir el cargo, en diciembre de 2019, el presidente Alberto Fernández reiteró su compromiso con la legalización de la IVE. Sin embargo, el 2020 sorprendió a toda la humanidad con la pandemia del coronavirus. Un antes y un después para la historia mundial, los gobiernos y la política internacional. La salud y la economía fueron los temas centrales en la agenda política argentina durante los primeros crudos meses de ese año y la interrupción voluntaria del embarazo no fue ni mencionada por las autoridades gubernamentales, a pesar del reclamo constante de los feminismos. Sin embargo, avanzado el 2020 y con un clima social un poco más calmo, a partir de los avances de la ciencia, que fueron ajustando las medidas necesarias y fundamentales para prevenir el contagio de Covid-19 en la población, las políticas de aislamiento y distanciamiento sostenido en todas las provincias y la generación de distintas vacunas en distintos rincones del mundo, con muy buenos resultados comprobados, posibilitaron retomar discusiones y debates sobre otras problemáticas esenciales para la agenda política nacional.

En este contexto, los movimientos de mujeres, que no habían dejado de visibilizar que el aborto clandestino seguía asesinando mujeres en pleno contexto de pandemia,

fortalecieron sus estrategias políticas, exigiendo al presidente que cumpliera con sus promesas de campaña y su compromiso con la IVE.

El 14 de marzo, la *Campaña* emitió una gacetilla de prensa, que hizo pública en sus redes sociales y su web:

Atentas a las prioridades que el Poder Ejecutivo ha dispuesto respecto a la presencia del virus Covid- 19 en nuestro país, tanto así como las reiteradas consultas que hemos recibido sobre el tratamiento del proyecto IVE en el Congreso Nacional, desde la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito manifestamos que respetamos esa prioridad en la atención y prevención en la salud de toda la población. De igual modo esperamos que se haga efectiva la presentación de la propuesta legislativa sobre Interrupción Voluntaria de Embarazo del ejecutivo en el Congreso de la Nación, lo más pronto posible. Como así también el tratamiento urgente y la aprobación de nuestro proyecto de ley por el derecho al aborto legal, seguro y gratuito, que hemos presentado por 8va vez en el 2019 (marzo de 2019).

El 28 de mayo, en pleno contexto de aislamiento social, preventivo y obligatorio en Argentina, la *Campaña* cumplió 15 años. A un año de la presentación del octavo proyecto de interrupción voluntaria del embarazo en el Congreso, la movilización fue íntegramente virtual. La convocatoria a participar, que se anticipó en redes sociales semanas antes, invitó a diversas acciones, en torno al siguiente mensaje: “Hoy las plazas están en silencio. Nuestras voces, no. ¡Seguimos luchando por #AbortoLegal2020! 15 años de Campaña: un proyecto de vida, una historia compartida. #28M #15AñosDeHistoria” (mayo de 2020).

Entre las acciones programadas, se convocó a grabar videos o subir fotografías saludando a la *Campaña* por sus 15 años y se invitó a un pañuelazo virtual, vistiendo ventanas, balcones y rincones de las casas con el pañuelo verde, compartiendo fotos en redes sociales y etiquetando las cuentas de la *Campaña*. Además, se realizaron actividades por las redes sociales de la *Campaña*, con un recital de Mariana Carrizo, cantora coplera salteña, y la transmisión en vivo de la declaración de la *Campaña* por sus redes sociales.

En julio, luego de que el Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad presentara el “Plan Nacional de Acción contra las Violencias por Motivos de Género 2020- 2022” (una política pública integral, interministerial que apuntaba a la autonomía económica de las personas violentadas y vulneradas en sus derechos por el sistema heteropatriarcal), la *Campaña* expresó públicamente su preocupación al no oír ninguna mención sobre la despenalización y legalización del aborto voluntario en la Argentina, en dicho Plan de acción. Bajo la consigna “Lo que no se nombra, no existe: ¡Aborto Legal, Seguro y Gratuito ya! Clandestinidad nunca más”, destacó que la pandemia del coronavirus y su crisis socioeconómica tenía a las mujeres, lesbianas, gays, bisexuales, varones trans, travestis y personas no binarias como las más perjudicadas. Y citó un estudio del Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA) que preveía más de 7 millones de embarazos no deseados en el mundo si el confinamiento se prolongaba durante 6 meses.

“Luchar por una salud pública de calidad implica mejorar el acceso a la Interrupción Legal de Embarazo y legalizar y despenalizar el aborto voluntario en nuestro país para disminuir los

peligros y consecuencias de la clandestinidad y los abortos inseguros. Así, descenderían notablemente las 49 mil internaciones anuales de personas que llegan a los centros de salud por estas causas, además de mejorar su atención mediante métodos ambulatorios e implicar menor inversión y gasto en los servicios de salud”, expresó (13 de julio de 2020).

En septiembre, en un nuevo aniversario por el Día por la Legalización del Aborto en América Latina y el Caribe, la *Campaña* insistió con un nuevo comunicado público y acciones en todo el país:

“Es urgente, es prioridad: Aborto Legal 2020, exigimos a las y los decisores políticos que este 2020 se apruebe nuestro proyecto de ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo”. Y luego de recordar casos públicos de mujeres que fallecieron en prácticas clandestinas de aborto y argumentar respecto a los impedimentos para concretar el derecho a la interrupción legal del embarazo -contemplado en el Código Penal desde 1921 en la Argentina-, culminó el pedido formal a los y las representantes protagonistas: “Este 2020, Sr. Presidente, Senadoras, Senadores, Diputadas y Diputados: ¡EXIGIMOS ABORTO LEGAL, SEGURO Y GRATUITO YA!” (septiembre de 2020).

El 11 de noviembre de 2020 la Secretaria Legal y Técnica de la Presidencia, Vilma Ibarra, anunció que el Gobierno nacional estimaba enviar al Congreso su propio proyecto durante el mes de diciembre, en el marco de sesiones extraordinarias. Posteriormente, el presidente Alberto Fernández lo anunció en un video de siete minutos distribuido por redes sociales:

Mi convicción, que siempre he expresado públicamente, es que el Estado acompañe a todas las personas gestantes en sus proyectos de maternidad. Pero también estoy convencido que es responsabilidad del Estado cuidar la vida y la salud de quienes deciden interrumpir su embarazo durante los primeros momentos de su desarrollo (Carbajal en *Página 12*, 2020: 2).

Una semana después, envió a la Cámara de Diputados el Proyecto de ley sobre regulación del acceso a la interrupción voluntaria del embarazo y a la atención postaborto, junto al Proyecto de ley de cuidado integral durante el embarazo, denominado también “Plan de los 1000 días”. La decisión de promover ambos proyectos en conjunto aludió, según las fuentes gubernamentales, a garantizar desde el Estado los derechos, la salud y la posibilidad de elegir, a las mujeres y a todas las personas con capacidad de gestar.

El Plan de los 1000 días propuso el

acompañamiento y asistencia en el embarazo y durante los primeros tres años de vida de los niños y las niñas a todas las personas gestantes que no cuenten con los recursos necesarios o se encuentren transitando situaciones específicas contempladas por el plan. El objetivo es bajar la mortalidad, malnutrición y desnutrición, así como prevenir la violencia y proteger el desarrollo emocional y físico (Argentina.gov.ar, 2021).

De esta manera, se apuntó también a exhibir un posicionamiento más “neutral” del Gobierno nacional, aduciendo que ambos proyectos de ley acompañaban la decisión de las mujeres y personas gestantes a elegir, más allá de factores económicos u otros impedimentos, si cursar o no un embarazo.

“El proyecto de la Campaña por el Aborto Legal, Seguro y Gratuito y el del Poder Ejecutivo Nacional presentaron coincidencias importantes, por lo cual, en general, múltiples actores sociales acompañaron la iniciativa del Gobierno nacional” (Perez y Otreros, 2021: 131). Sin embargo, la propuesta del Ejecutivo buscó responder atentamente a los consensos del debate de 2018, de manera de garantizar su aprobación en el Congreso. Entre sus puntos principales, el proyecto establecía que las mujeres y “otras identidades con capacidad de gestar” puedan acceder a la interrupción voluntaria del embarazo hasta la semana 14 y a la atención postaborto para evitar muertes. La norma regulaba que, desde el requerimiento hasta su realización, no pasasen más de 10 días. Además, se debía asegurar un trato digno, privacidad, confidencialidad, autonomía de la voluntad y acceso a la información. Por último, el texto subrayaba el derecho a recibir educación sexual integral y a métodos anticonceptivos para prevenir embarazos no deseados. De esta manera, la propuesta llegó al Congreso en un contexto complejo, debido a la pandemia, con sesiones con legisladores/as en formato presencial y remoto. Y la votación en diputados se dispuso exactamente para cuando se cumplía el primer año desde la asunción del presidente Alberto Fernández, lo cual fue criticado por quienes se oponían a esta legalización, así como celebrado por quienes militaban la misma, dado que respondía a una de sus promesas de campaña.

Uno de los argumentos detractores más fuertes aludió a que no era el momento político adecuado para este debate. La exdiputada Cynthia Hotton, quien votó en contra del proyecto en 2018 y se constituyó en una de las referentas de los sectores que se opusieron a la legalización de la IVE, sostuvo que “tratarlo en este momento en el que hay una crisis sanitaria y económica terrible, claramente demuestra o una irresponsabilidad o una necesidad de entretenernos con un debate que no nos lleva a ningún lado” (González en *Dw.com*, 2020, 13).

El martes 1 de diciembre, en el marco del plenario de las comisiones de Legislación General, Legislación Penal, Mujeres y Diversidad y Acción Social y Salud Pública, que presidieron los/as diputados/as Cecilia Moreau, Ana Carolina Gaillard, Mónica Macha y Pablo Yedlin, se comenzó a debatir el proyecto de ley sobre la legalización de la IVE. En total se presentaron 77 exposiciones: 24 el primer día, 32 el segundo y 21 el último día. Algunas personas convocadas ya habían hablado en 2018, pero también se presentaron voces nuevas, tanto a favor como en contra.

El 9 de diciembre en una reunión conjunta entre dichas Comisiones, de manera presencial en el Recinto de la Cámara baja y con algunos miembros conectados de manera remota (dado el contexto de distanciamiento social aún vigente), se emitió dictamen de mayoría en favor del proyecto de regulación de acceso a la IVE y a la atención postaborto. El dictamen aprobado tuvo modificaciones acerca del resguardo de la “objeción de

conciencia”, respecto de las instituciones médicas. De esta manera, se agregó un artículo que estableció que en caso de que todo su personal se declare objetor, “deberán prever y disponer la derivación a un efector que realice efectivamente la prestación”, es decir, será su responsabilidad que se garantice la IVE en otro centro de salud. “Las gestiones y costos asociados a la derivación y el traslado de la paciente quedarán a cargo del efector que realice la derivación”. Los otros dos cambios al texto se refirieron a la atención a menores de 16 años: por un lado, se modificó la redacción pero no los requisitos para que ellas puedan acceder a la práctica; por otro, se agregó que en caso de violación, la obligación de denunciar y dar intervención al organismo de protección administrativo de derechos de cada jurisdicción, no debe obstruir el aborto ni vulnerar el derecho a la privacidad y confidencialidad de la niña o adolescente, para evitar, por ejemplo, que se difundan sus datos personales.

Durante todo diciembre, la *Campaña* movilizó redes y calles bajo la consigna “¡Con la alegría como bandera! ¡Va a ser Ley! #AbortoLegal2020” (@CampAbortoLegal, diciembre de 2020). Convocó a una vigilia federal en las inmediaciones del Congreso Nacional y, también, en diversos puntos de encuentro en numerosas ciudades del país, durante las largas horas que duró el debate (se preveía nuevamente pasar la noche en espera de la votación), desplegó placas con instrucciones para cuidarse en dichos espacios, tanto del contagio de Covid-19, como de cualquier otro inconveniente que sucediera e hiciera peligrar la seguridad de las activistas. Se organizó en cada lugar de encuentro verde, un escenario con actividades artísticas, talleres y una gran pantalla, donde seguir cada una de las disertaciones de los y las diputadas.

Tal como ocurrió en 2018, el sector opositor a la ley también se reunió en el espacio público, para visibilizar su posición y esperar la votación.

En medio de movilizaciones a favor y en contra en las inmediaciones del Congreso, el 10 de diciembre se debatió el proyecto en la Cámara de Diputados. 105 diputados y diputadas estuvieron presentes en el recinto, luego de realizarse un test de PCR para garantizar no estar infectados/as de Covid-19, y 45 legisladoras/es siguieron la sesión de manera remota. Muchas y muchos representantes se vistieron de verde o de celeste, los colores que identifican a las dos posturas, anticipando su voto.

Tras una maratónica sesión, que se extendió más de 20 horas, el viernes 11 por la mañana, el proyecto de ley de regulación de acceso a la IVE y a la atención posaborto obtuvo media sanción con 131 votos afirmativos, 117 negativos y 6 abstenciones, una leve diferencia respecto de la media sanción que se consiguió en 2018, que fue con 129 votos afirmativos.

A partir de la media sanción en la Cámara baja, el proyecto ingresó a las comisiones Banca de la Mujer, Justicia y Asuntos Penales y Salud del Senado de la Nación. La semana

siguiente, durante los días 14, 15, 16 y 17 de diciembre se realizaron reuniones plenarios de comisión en las que expusieron funcionarias, especialistas y referentes de diversas organizaciones.

Al igual que en la Cámara baja, los encuentros se desarrollaron con asistencia presencial, en algunos casos, mientras que otra parte de sus miembros participaron de modo remoto. En total expusieron 57 personas. El primer día lo hicieron la ministra de Mujeres, Géneros y Diversidad, Elizabeth Gómez Alcorta; la Secretaria Legal y Técnica, Vilma Ibarra; y el ministro de Salud, Ginés González García. El segundo día se realizaron 20 exposiciones; el tercer día, 10; en la cuarta jornada se presentaron 12 y en la quinta también se realizaron 12 exposiciones y se emitió el dictamen de comisión para dar tratamiento al proyecto el día 29 de diciembre.

La *Campaña* convocó públicamente al Senado de la nación a votar el proyecto con compromiso:

Este 29 de diciembre tenemos la oportunidad como sociedad de avanzar hacia la ampliación de derechos. Senadores y senadoras: sean parte de la historia y salden esta deuda de la democracia. Necesitamos esta ley para resolver un problema de salud pública, de justicia social y de Derechos Humanos (...) SENADORES Y SENADORAS, ¡SEAN PARTE DE LA HISTORIA! ES AHORA, #ABORTOLEGAL2020 (26 de diciembre de 2020).

Nuevamente, plazas de todo el país se colmaron de verde, al igual que las inmediaciones del Congreso. Si bien se preveía un debate más breve que en Diputados, se sabía que el resultado final se votaría avanzada la noche.

La sesión en el Senado de la nación comenzó a las 16.08 del 29 de diciembre, con 67 senadoras y senadores presentes. Muy pocos legisladores/as estuvieron en el recinto, por el protocolo sanitario de sesiones en pandemia. En total, 34 se encontraban en la Ciudad de Buenos Aires para participar del debate, aunque varias personas sesionaron desde sus despachos, ubicados dentro del palacio legislativo y anexos.

El 30 de diciembre, tras 12 horas ininterrumpidas de debate, se dio lugar a la votación y la presidenta del cuerpo, Cristina Fernández de Kirchner, dijo, entre aplausos en el recinto, "Resulta aprobado".

Se trató, nuevamente, de una jornada de vértigo, durante la cual el correr de las horas acrecentó la brecha entre quienes apoyaron el derecho de las mujeres a acceder a la IVE y quienes procuraron mantener la práctica en la clandestinidad. La amplitud del respaldo a la ley estaba fuera de los cálculos más optimistas al comienzo de la sesión, y se fue construyendo con el correr de las horas, con las revelaciones progresivas de los votos de senadoras y senadores que permanecían como indecisos/as y terminaron inclinándose por la afirmativa. Como había sucedido veinte días antes en Diputados, la mayoría de los votos positivos fue aportada por senadoras, en un apoyo transversal de todo el espectro partidario, que cristalizó lo que sucedió con el proyecto desde que comenzó su trámite parlamentario (Vallejos en *Página 12*, 30 de diciembre de 2020).

De este modo, el proyecto de ley fue aprobado por 38 votos a favor, 29 en contra y una abstención, a diferencia de 2018, cuando el proyecto fue rechazado por 38 votos en contra, 31 a favor y 2 abstenciones.

Hoy Argentina generó un avance emblemático en la defensa de los derechos humanos de las mujeres, niñas y personas con capacidad de gestar. Asimismo, envió un fuerte mensaje de esperanza a todo nuestro continente: que sí podemos cambiar el rumbo contra la penalización del aborto y los abortos clandestinos, que provocan graves riesgos a la salud y la vida de millones de personas. Tanto la ley aprobada hoy por el Congreso argentino como el enorme esfuerzo del movimiento de mujeres para conseguir este logro son una inspiración para las Américas, y para el mundo (Guevara Rosas, Erika, *Amnesty.org*, 30 de diciembre de 2020).

Durante el debate en el Senado se solicitaron algunos cambios, en especial sobre el uso del término “integral” entre las causales al proyecto de ley que, sin embargo, no fueron incluidos en el texto aprobado, a fin de que no retornara a la Cámara baja para su reconsideración. El Poder Ejecutivo se comprometió a incluir dicha modificación en el texto de la reglamentación, tal como efectivamente lo hizo el 14 de enero de 2021, al promulgar la legalización del aborto y la ley de los 1000 días a través de la publicación en el Boletín Oficial de los respectivos decretos. El texto aprobado finalmente fue la Ley 27.610 de Acceso a la Interrupción Voluntaria del Embarazo.

La nueva ley regula los siguientes puntos:

- El aborto es de acceso libre hasta la semana 14 de embarazo.
- Una vez pasado ese plazo, el aborto es legal en caso de peligro para la vida o la salud de la persona gestante o en caso de violación.
- Es posible acceder a la práctica en los servicios del sistema de salud público y privado, en un plazo máximo de 10 días desde su requerimiento.
- Las personas de 16 años o más tienen plena capacidad por sí mismas para prestar su consentimiento; se presume que las niñas de 13 a 16 años cuentan con aptitud y madurez suficiente para decidir la práctica y prestar el debido consentimiento, a menos que deba utilizarse un procedimiento que implique un riesgo grave para su salud o su vida (conforme lo establece el art 26 del Código Civil y Comercial de la Nación).
- El personal de salud deberá brindar un trato digno, garantizar la privacidad y confidencialidad de la información, y respetar la autonomía de la voluntad.
- El funcionario público o personal de la salud que dilate, obstaculice o se niegue a practicar un aborto en los casos legalmente autorizados podrá ser sancionado penalmente e inhabilitado para el ejercicio de la profesión (*Amnesty.org*, 30 de diciembre de 2020).

Capítulo 5: Marco Teórico- Metodológico. Caja de herramientas

A los fines de alcanzar los objetivos de esta investigación apelo a diversos recursos metodológicos que me permitan analizar el corpus seleccionado y verificar, o no, la hipótesis inicial de este trabajo.

Parto, para ello, posicionándome desde la epistemología feminista y, específicamente, desde la Teoría del Punto de vista (Harding, 1986, 1998; Haraway, 1995) en tanto la construcción del objeto es situada en un momento y un lugar históricamente determinados al igual que mi punto de partida, como feminista académica y activista feminista. En relación con ello, defino la categoría género y sus implicancias socio-culturales, como una herramienta fundamental que atraviesa y posibilita comprender no solo la historia de la *Campaña por el Derecho al Aborto*, sino todas las luchas y conquistas llevadas adelante por los movimientos de mujeres, en Argentina y el mundo. Asimismo, recorro a la Comunicación para la incidencia ante el interés de esta investigación de determinar el rol de la *Campaña* para instalar en el discurso social argentino la importancia y la urgencia de alcanzar el derecho al aborto como política pública. Dado que en el recorte espacio temporal (marzo/agosto de 2018 y noviembre/diciembre de 2020) las tecnologías de la comunicación y la información se constituyen en un soporte trascendental de los sentidos en disputa (acrecentados por el contexto de pandemia durante 2020), hago uso también de herramientas de medición y análisis de redes sociales, propias de áreas del marketing y la publicidad. Las mismas, en articulación con las categorías y recursos propios de la comunicación para la incidencia en redes sociales, brindan datos concretos para el análisis cualitativo propuesto.

Finalmente, acudo al análisis crítico y social del discurso para, a la luz de sus categorías, examinar las estrategias comunicacionales de la *Campaña por el Aborto Legal* en los periodos seleccionados y, a partir de las mismas, su incidencia en instalar en el discurso social argentino el derecho al aborto, de manera de alcanzar su legalización en el Congreso Nacional.

5.1 Teoría Feminista del Punto de Vista

En este apartado, dado que trabajo en una investigación que sostiene una perspectiva feminista, me ocupo de especificar desde qué lugar construyo el objeto y cuál es mi punto de vista en ello a partir de las premisas del conocimiento situado o *stand point* (Harding, 1986, 1998; Haraway, 1995, Smith, 2012).

La epistemología feminista se ocupa de la manera en que el género influye en las concepciones del conocimiento, en la persona que conoce y en las prácticas de investigar, preguntar y justificar. Norma Blazquez Graf (2010) subraya que la epistemología feminista

identifica las concepciones dominantes y las prácticas de atribución, adquisición y justificación del conocimiento que sistemáticamente ponen en desventaja a las mujeres porque se les excluye de la investigación, se les niega que tengan autoridad epistémica, se denostan los estilos y modos cognitivos femeninos de conocimiento, se producen teorías de las mujeres que las representan como inferiores al modelo masculino, se producen teorías de fenómenos sociales que invisibilizan las actividades y los intereses de las mujeres o a las relaciones desiguales de poder genéricas, y se produce conocimiento científico y tecnológico que refuerza y reproduce jerarquías de género. De esta manera, la autora advierte que entre los temas centrales de la epistemología feminista se encuentran la crítica a los marcos de interpretación de la observación; la descripción e influencia de roles y valores sociales y políticos en la investigación; la crítica a los ideales de objetividad, racionalidad, neutralidad y universalidad, así como las propuestas de reformulación de las estructuras de autoridad epistémica.

La epistemología feminista cuestiona la posibilidad y el deseo de la objetividad como una meta de la investigación, así como la relación que se establece entre la persona que conoce y lo que se conoce, entre la persona que investiga y la que es investigada; critica la utilización de la objetividad como medio patriarcal de control, el desapego emocional y la suposición de que hay un mundo social que puede ser observado de manera externa a la conciencia de las personas. De este modo, el concepto central de la epistemología feminista es que la persona que conoce está situada y, por lo tanto, el conocimiento es situado.

Cuando me refiero a la *teoría situada* destaco el carácter situado de la mirada y la imposibilidad de la “objetividad” científica de tradición empirista. Por ello, esta teoría le otorga valor, precisamente, a la explicitación del punto de vista dell/a investigador/a, a su formación, recorrido, tradición disciplinar, a su clase/género/etnia, etc., haciendo un uso estratégico de esta puesta en discurso. En este sentido, Donna Haraway (1995) sugiere que puede haber una manera específicamente feminista de hacer ciencia.

Así, de origen marxista, la *teoría feminista del punto de vista* (Harding, 1986) parte del reconocimiento del carácter socialmente situado de las creencias. La situación de las mujeres les otorgaría el privilegio epistemológico en un mundo dominado por los varones, un privilegio derivado de su posición marginal, las mujeres podrían ver lo que a ellos se les escapa desde sus posiciones de poder. Haraway, al presentar una epistemología de la localización, del posicionamiento y de la situación, sostiene que la parcialidad y no la universalidad, es la condición que permite lograr un conocimiento racional. Sandra Harding, por su parte, explica que este posicionamiento tiene que ver con una respuesta al reconocimiento de que las creencias y los comportamientos culturales, políticos e ideológicos de las investigadoras feministas moldean los resultados de sus análisis tanto como lo hacen los de los investigadores sexistas y androcéntricos (Fernández Hasan,

2011). La objetividad feminista resulta una objetividad encarnada que provee conocimientos situados, en otras palabras, la "objetividad fuerte" proporcionada por el punto de vista feminista se opone a la noción tradicional de "objetividad" masculina, patriarcal, androcéntrica (Fernández Hasan, 2011).

Nancy Hartsock (1990) explica el "punto de vista feminista", utilizando la epistemología marxista para desarrollar una metodología que analiza todas las dimensiones de la vida social en términos de los bienes materiales necesarios para sostener la existencia humana, y extiende la idea marxista argumentando que se deben usar los ojos de las mujeres para exponer al sistema opresivo que permite y requiere que los hombres dominen a las mujeres, ya que no todos los puntos de vista de la realidad la reflejan con igual exactitud. Insiste en que no importa la edad, etnia, raza, clase o religión, lo relevante es que todas las mujeres hacen "trabajo de mujeres" al ser las responsables institucionalmente de producir bienes y seres humanos, lo que constituye el "punto de vista" desde el cual las mujeres pueden y deben interpretar la realidad como es y como podría ser.

Sandra Harding (2010) señala cuatro puntos relacionados que muestran el carácter innovador de esta teoría. Primero, como ya se he indicado, su objetivo es estudiar hacia arriba; no está interesada en expresar la perspectiva de las mujeres o de cualquier otro grupo marginado sobre las vidas de los miembros del grupo, aunque con frecuencia hacerlo es un paso importante en su proceso, más bien, intenta ambiciosamente trazar el mapa de las prácticas del poder, de las maneras en que las instituciones dominantes y sus marcos conceptuales crean y mantienen relaciones sociales opresivas. Segundo, lo hace ubicando un dato nuevo para la comprensión de cómo funciona una estructura social jerárquica en cualquier desventaja o forma de opresión material y política. Tercero, para identificar tales características de la penetración de la *teoría del punto de vista* no basta con registrar lo que dicen o creen las mujeres o los miembros del grupo oprimido. Los grupos oprimidos a menudo creen en las representaciones distorsionadas de las relaciones sociales que producen los grupos dominantes, pero se puede cambiar de opinión sobre cómo fueron esas experiencias o cómo se quiere pensar sobre ellas. Además, el enfoque del *punto de vista* puede producir esa comprensión aun cuando no tengamos acceso a los informes en primera persona de los que viven esas vidas, punto de partida de la investigación (mediante el uso de documentos históricos de campesinos o de otras actividades subalternas, datos censales, etc.), por lo tanto, no es posible privilegiar automáticamente las perspectivas de los y las oprimidas como expresiones fidedignas. Por último, la *teoría del punto de vista* trata más sobre la creación de conciencia grupal que sobre cambiar la conciencia de los y las individuos. Cada grupo oprimido debe llegar a comprender que cada uno/a de sus integrantes está oprimido/a porque él o ella son miembros de ese grupo —negro, judío, mujer, pobre o lesbiana—, no porque él o ella, individualmente, merezca ser oprimido/a. La

creación de conciencia grupal se da a través de las luchas políticas liberadoras que son necesarias para obtener acceso y llegar a la mejor concepción de la investigación para las mujeres u otros grupos oprimidos, entre los demás objetivos de tales luchas. Así, los proyectos feministas del *punto de vista* siempre están socialmente situados y políticamente comprometidos en formas prodemocráticas.

Soledad Gil (2016) señala, en su tesis doctoral, que la ciencia no constituye más que una cierta interpretación del mundo, resultado de la experiencia y de una determinada posición en la construcción de conocimiento. Al respecto, sabemos cómo el ingreso de los Estudios de La Mujer al ámbito académico y universitario posibilitó visibilizar el androcentrismo y el sexismo en las ciencias, particularmente, en las sociales y humanas, enriqueciendo desnudando que esa interpretación y visión de mundo presentada como única, neutral y objetiva, no sólo no lo era sino que excluía a la mitad de la humanidad: las mujeres. Luego, la categoría de género incorporada a dichos ámbitos, aporta en el mismo sentido complejizando el asunto, estableciendo una lente que visibiliza de manera crítica, las relaciones desiguales y de dominación entre mujeres y varones, relaciones que también operan en el campo científico, la academia, las universidades y en las producciones que allí se realizan.

5.2 Sobre la categoría de género como herramienta para la investigación

La categoría *género* hace referencia a la interrelación existente entre las personas de distinto sexo y refiere a la construcción sociocultural por la cual las personas son conducidas a asumir ciertas actitudes y determinados comportamientos que se consideran propios de cada sexo. Se trata de una categoría relacional que determina que lo que acontezca a uno de los géneros afectará invariablemente al resto³.

³ Resulta imprescindible destacar que, en los últimos años, también el concepto de sexo y su binarismo se encuentra en discusión y análisis. Anne Fausto Sterling manifiesta que no solo el género es un concepto de construcción sociocultural sino también el concepto de sexo lo es: "Nuestros cuerpos son demasiado complejos para proporcionarnos respuestas definidas sobre las diferencias sexuales. Cuanto más buscamos una base física simple para el sexo, más claro resulta que «sexo» no es una categoría puramente física. Las señales y funciones corporales que definimos como masculinas o femeninas están ya imbricadas en nuestras concepciones del género" (2006:19). Sterling realiza un detallado recorrido de ambos conceptos desde campos disciplinares y estudios diversos (biología, antropología, historia, filosofía, feminismos), analizando el origen y las interpretaciones sociales y científicas construidas sobre la sexualidad humana. Se detiene, para ello, en la revisión de otras categorías e historias de vida puntuales en torno a ellas, como la homosexualidad, la intersexualidad y la transexualidad. Destaca, entonces, que tanto las prácticas sexuales como su consideración social han variado en relación a cada cultura y también, con el paso del tiempo. En esa línea, Sterling reflexiona sobre el sentido de incluir la categoría "sexo" en las identificaciones personales (como documento de identidad, carnet de conducir): "De hecho, ¿por qué son necesarios los genitales físicos para la identificación? Seguramente serían más útiles otros atributos más visibles (como la estatura, la complexión o el color de ojos) y menos visibles (huellas digitales y perfiles de ADN)" (2006:138). Y, afirma, que dividir todas las personas de la humanidad en dos sexos responde a una construcción cultural y a estructuras desiguales de poder entre ambos. Ante lo postulado, la autora advierte que sólo desde la teoría de los sistemas ontogénicos se puede estudiar en profundidad e integralidad la sexualidad humana. Y explica esto mediante la figura de las

En una búsqueda del origen del concepto, vale señalar que los y las antropólogos/as fueron quienes empezaron a utilizar el término “género” para referirse al comportamiento adquirido socio-culturalmente. Fueron quienes primero visualizaron el peso de lo socio-cultural en la conformación de la identidad genérica. Se trató de una transformación cualitativa, no meramente de un cambio en la terminología utilizada hasta entonces, pues significó la redefinición del objeto de investigación: del objeto empírico “mujer”, a la construcción teórica de “género”. No obstante, no hay coincidencias sobre el origen histórico del concepto “género”. Existen algunos antecedentes previos que remiten a desarrollos en el campo de la biología, la lingüística y la psicología. Es indefectible mencionar los trabajos precursores de Money y Stoller sobre la constitución de la identidad sexual en personas con dimorfismos sexuales por problemas de índole cromosómico u hormonal. Por otro lado, Gloria Bonder (2002) señala que, pese a no haber usado el término en *El Segundo Sexo*, es indudable que el pensamiento de Simone de Beauvoir fue fundamental para desmontar la naturalización de las desigualdades sociales entre varones y mujeres y la subordinación de las mujeres. Su estudio sobre la conformación filosófica y material de la otredad como categoría fundamental en la experiencia humana le permitió señalar el carácter construido de la identidad de las mujeres y del papel inferior que se les asigna en la sociedad.

Donna J. Haraway (1991) en ««Género» para un diccionario marxista: La política sexual de una palabra» realiza un recorrido histórico del término teórico: “En sentido crítico y político, el concepto de género fue articulado y progresivamente contestado y teorizado, en el contexto de los años posteriores a la segunda guerra mundial, por los movimientos de liberación de la mujer” (1991, 6). Haraway señala que, a pesar de sus importantes diferencias en distintos idiomas, todos los significados feministas modernos de género parten de Simone de Beauvoir y su afirmación “una no nace mujer sino que llega a serlo” (de Beauvoir, 1949; 1952, pág. 249) y de las condiciones sociales posteriores a la segunda guerra mundial que permitieron la construcción de las mujeres como un sujeto-en-proceso colectivo histórico.

muñecas rusas: “Los académicos pueden desmontar el sistema para exponerlo o estudiar una muñeca con más detalle. Pero cada muñeca individual está hueca” (2006: 302). Por eso manifiesta que la teoría de sistemas ontogénicos, aplicada al conjunto o a sus subunidades, proporciona el andamio necesario para la reflexión y la experimentación sobre la sexualidad. Relacionar las muñecas menores con la muñeca grande exige integrar conocimientos de niveles muy diferentes de organización biológica y social, tales como la célula, el individuo, las familias, los grupos de iguales, las culturas y las naciones y sus historias (todos fuentes de conocimiento sobre la sexualidad humana). Dicha tarea requiere equipos no jerárquicos, pluridisciplinarios y en diálogo abierto, que permitan fraguar un conocimiento más completo o, como dice Sandra Harding (1993), “menos falso”. Sterling anhela, para ello, “nunca perdiéramos de vista el hecho de que nuestros debates sobre la biología del cuerpo siempre son debates simultáneamente morales, éticos y políticos sobre la igualdad política y social y las posibilidades de cambio” (2006: 304).

Género es un concepto desarrollado para contestar la naturalización de la diferencia sexual en múltiples terrenos de lucha. La teoría y la práctica feministas en torno al género tratan de explicar y de cambiar los sistemas históricos de diferencia sexual, en los que «los hombres» y «las mujeres» están constituidos y situados socialmente en relaciones de jerarquía y de antagonismo. Puesto que el concepto de género se halla relacionado de manera tan íntima con la distinción occidental entre naturaleza y sociedad o naturaleza e historia, a través de la distinción entre sexo y género, la relación de las teorías feministas sobre el género con el marxismo está ligada al destino de los conceptos de naturaleza y trabajo en el canon marxista y, de manera más amplia, en la filosofía occidental (1991,6).

En la misma línea, Marta Lamas (1994) manifiesta que el género es el conjunto de ideas sobre la diferencia sexual que atribuye características “femeninas” y “masculinas” a cada sexo, a sus actividades y conductas en todas las esferas de la vida cotidiana. Esta simbolización cultural de la diferencia anatómica toma forma en un conjunto de prácticas, ideas, discursos y representaciones sociales que dan atribuciones a la conducta objetiva y subjetiva de las personas en función de su sexo.

De esta manera, Joan Scott (1993) formula que el término “género” parece haber surgido entre las feministas estadounidenses en rechazo del determinismo biológico implícito en el uso de términos como “diferencia sexual”. Se trata, además, de una visión relacional en la que mujeres y hombres son definidos unos/as en relación con los/as otros/as. Se transforma en una manera de señalar las “construcciones culturales”, la creación enteramente social de ideas sobre los roles apropiados para mujeres y varones. Es una forma de referirse a los orígenes exclusivamente sociales de las identidades subjetivas de hombres y mujeres, ya que alude a la simbolización que cada cultura elabora sobre la diferencia sexual, estableciendo normas y expectativas sobre los papeles, las conductas y los atributos de las personas en función de sus cuerpos. El género es, en este sentido, una categoría social que se impone sobre un cuerpo sexuado (Scott, 1993). Scott insiste en la necesidad de una genuina historización y deconstrucción de los términos de la diferencia sexual que niegue el carácter fijo y permanente de la oposición binaria. Esto significa analizar en contexto la forma en que opera la oposición binaria revirtiendo su construcción jerárquica sin tomarla como algo evidente o como un producto de la naturaleza de las cosas. La autora plantea que la historia del feminismo es la historia de la oposición a la construcción jerárquica de la relación entre hombre y mujer y el intento por revertir esta operación. Su más importante aporte revela que “el género es una forma primaria de relaciones significantes de poder. Podría mejor decirse que el género es el campo primario dentro del cual o por medio del cual se articula el poder” (Scott, 1990: 12). Las acciones sólo cobran sentido como parte de un análisis de la construcción y consolidación de poder. Como política hacia las mujeres, se dio forma al mantenimiento del control o de la fuerza. Es decir, la diferencia sexual se concibe en términos de dominación o control de las mujeres. Esto nos ayuda a discernir las clases de relaciones de poder que se construyen

históricamente. Sin embargo, algunos movimientos socialistas y anarquistas se han rehusado a las convenciones del matrimonio burgués y han establecido visiones de mundo en donde la diferencia sexual no implica jerarquía ni desigualdad. Basada en estos antecedentes y ejemplos, Scott define entonces al género como “fuente primaria de las relaciones significantes de poder” sosteniendo que es una parte crucial de la organización de la igualdad o desigualdad.

La asimetría de poder social, que distancia a varones de mujeres, también puede entenderse como una construcción binaria y jerarquizada entre lo masculino y lo femenino que no afecta solo a las corporalidades, sino también a la asignación de espacios, tareas, deseos, derechos, obligaciones y prestigio. La división de género sobre la base sexual de los cuerpos delinea asignaciones y mandatos que permiten o prohíben, definen y constriñen las posibilidades de acción de los sujetos y su acceso a los recursos y oportunidades. De forma que se puede entender lo femenino/masculino también como productos relativamente estables de procesos de feminización/masculinización sobre los cuerpos que se clasifican según el esquema binario varón/mujer, aunque existe suficiente evidencia de que estos dos “polos opuestos”, en realidad, se conectan a través de una escala con posibilidades intermedias o con fronteras inestables. De esta manera, entendemos el género no como algo sustantivo o como un agregado cultural al cuerpo sexuado sino mejor como un término relacional, que se redefine a partir de un otro/a, no en soledad ni de a dos sino en el espacio social que trabaja imponiendo ciertos modelos, sancionando otros, introyectando ideales.

Podemos decir, además, que el género actúa arbitrado por relaciones de poder. Y éste, en un sentido weberiano, como la capacidad de las personas y grupos de provocar la obediencia de otras personas o grupos incluso en contra de su voluntad y al margen de la legitimidad y/o justicia de tal ejercicio. El poder, en tanto relación estructural, puede entenderse como el establecimiento de asimetrías socialmente arraigadas, lo que supone abandonar la idea de una conspiración masculina de dominación para subordinar a las mujeres.

Desde una perspectiva estructural, el privilegio masculino se garantiza precisamente porque el género se ha convertido en un elemento clave de la organización social y se despliega y reproduce simplemente poniendo en marcha procedimientos institucionales de rutina.

Asimismo, es importante el aporte de Pierre Bourdieu, para quien existe una gran dificultad para analizar la lógica del género inmersa en el orden social, ya que éste, como advierte, está tan profundamente arraigado en la objetividad de las estructuras sociales y en la subjetividad de las estructuras mentales, que se impone a sí mismo como autoevidente, y es tomado como “natural” gracias al acuerdo “casi perfecto e inmediato” que obtiene, por un lado, de estructuras sociales como la organización social de espacio y tiempo y la división

social del trabajo y, por otro, de las estructuras cognoscitivas inscritas en los cuerpos y en las mentes (Lamas, 1994). Vale decir que es a través del sentido común difundido en la sociedad por la clase dominante y, por tanto, basado en la ideología dominante, que estas relaciones desiguales entre los géneros aparecen como naturales. En otras palabras, el enmascaramiento de las relaciones de poder y de la subordinación de las mujeres respecto de los varones, a través de la difusión de ideas y concepciones de clases y/o de determinados sectores de la sociedad presentadas como universales y naturales, permiten que el orden existente no sea cuestionado y se acepte como lo único posible. La conciencia de género es entonces análoga, en términos marxistas, a la toma de conciencia de la clase obrera frente al sistema capitalista. Por tanto, este sentido común históricamente ha sido difundido por instituciones como la escuela, la iglesia y en los medios de comunicación.

5.3 Comunicación para la incidencia

Esta investigación, asimismo, trabaja sobre el análisis de la comunicación estratégica y situada de un gran colectivo militante de mujeres y disidencias, en pos de un objetivo concreto: la legalización del aborto. Para ello, nos enfocamos en el concepto de comunicación para la incidencia.

Gabriela Cicalese (2013: 13) señala que la comunicación para la incidencia es un puente que pretende hacer dialogar los nuevos procesos de incidencia política con la tradición teórica y la intencionalidad política provenientes del campo de la comunicación a través de las prácticas y sistematizaciones de la comunicación comunitaria, popular, alternativa. Más específicamente se trata de “reconocer las instancias de iniciativas y de estrategias de instalación y posicionamiento de una problemática y de un modo específico de abordarlas” (Cicalese, 2013: 21). Hay una dimensión ligada a la iniciativa que debe guardar un cierto nivel de autonomía, económica y conceptual, de la sociedad civil para hablar de una acción comunicacional de incidencia. En otras palabras, dice Cicalese (2013: 19), se trata de pensar en los entre, en el acompañamiento de los colectivos y organizaciones para proponer y sensibilizar sobre diferentes temáticas y problemas. Implica no resignar la construcción de sentido y de diferenciar intencionalidades de procesos comunicacionales e instancias de intervención, de hacer dialogar a la incidencia política con un tipo específico de perspectiva comunicacional. Cicalese (2013) destaca que la comunicación para la incidencia alude a un proceso y a una intencionalidad. Por ello, la misma se enfoca en los sentidos de la enunciación y sus orientaciones para generar un cambio socio-cultural, comunicacional o político en ese proceso. Se parte de una situación diagnóstica y/o una búsqueda prospectiva de una situación ideal, con una vocación, una intención de provocar un resultado esperado. Y, a diferencia de la comunicación institucional

o de mercado, la comunicación para la incidencia es un proceso comunicacional que se gesta verticalmente, desde las bases hacia arriba.

Se trata de acciones de las organizaciones comunitarias, civiles, de base o partidarias que, sin tener espontáneamente el acceso a los circuitos de decisión y de 'influencia' organiza estrategias y acciones para ocupar espacios, participar de la agenda pública y proponer temáticas, políticas, planes o medidas ligadas a sus intereses (Cicalese, 2013:17).

Desde esta perspectiva buscamos analizar las estrategias aplicadas a la comunicación llevada a cabo por la *Campaña Nacional por el Derecho al Aborto* y, fundamentalmente, cuáles fueron las transformaciones e incorporaciones que se sucedieron comunicacionalmente durante el tratamiento de los proyectos de ley en el Congreso, en 2018 y 2020.

Washington Uranga (2019) también alude a este concepto y formula que planificar la incidencia desde la comunicación implica pensar al sujeto comunicador (que puede pensarse como un sujeto colectivo) como protagonista de la historia social. Un sujeto que se construye y constituye atravesado simultáneamente por sus entornos más próximos (el grupo de referencia y de pertenencia) y por su inserción en el espacio social, político y de la cultura masiva). En este sentido, la *Campaña por el Derecho al Aborto*, tal como dijimos en el capítulo 4, forma parte de un sujeto colectivo mucho mayor y diverso: los movimientos de mujeres. Se conforma como un sujeto comunicador protagonista de su historia social durante todo su recorrido, alcanzando cada vez mayor grado de comunicación para la incidencia. Para Uranga, ésta puede desarrollarse, por lo menos, en los siguientes niveles: otorgar visibilidad a un tema; sensibilizar sobre un tema; instalar agenda sobre un tema; participar en la definición de políticas públicas. Y estos pueden ser comprendidos también como grados de desarrollo de una gran acción que se está abordando. Cada uno de estos niveles supone diferentes grados de compromiso de los sectores sociales, habilidades y capacidades distintas. En este punto, Uranga advierte que la planificación de la comunicación para la incidencia no puede limitarse a la producción y circulación de información, sino que debe encauzar diálogo, debate, intercambio, consensos, negociaciones:

La comunicación no es una herramienta fantástica que hace desaparecer la conflictividad propia de los procesos sociales. Muy por el contrario: los conflictos y las diferencias anidan en los procesos comunicacionales. En consecuencia, planificar la comunicación demanda rigurosas tareas de análisis situacional, identificación y mapeo de actores y relaciones, para comprender todo en sus contextos y en sus procesos (Uranga, 2013: 10).

En el caso de la comunicación para la incidencia de la *Campaña*, se observan diversas etapas, a medida que transcurren los años. Comenzó visibilizando la problemática en el país, destacando que era una realidad federal, organizando diversas acciones y actividades en las efemérides correspondientes (28 de mayo, 28 de septiembre) y

sensibilizando sobre la realidad del aborto clandestino en Argentina, en talleres y debate en los Encuentros Nacionales de Mujeres. Muy pronto, la *Campaña* trabajó en instalar la temática en la agenda pública y en la participación de la definición de políticas públicas, al elaborar los sucesivos proyectos de ley. Para cada uno de ellos, investigó, analizó realidades y estadísticas propias y de otros países del mundo, invitó al debate a diversidad de profesionales de la ciencia y dialogó con legisladores/as de ambas cámaras, para contar con su apoyo ante cada una de las presentaciones de proyectos de ley en el Congreso. Con cada nuevo proyecto, se realizaron modificaciones en la redacción, de manera de optimizar lo exigido en la norma y lograr que el mismo obtuviera su debido tratamiento. Cada uno de ellos contó con más firmas de representantes legislativos/as y con más apoyo de diversos ámbitos de la sociedad: universidades, sindicatos, organizaciones de la sociedad civil, referentes culturales, colectivos de profesionales (de la salud, la educación, la comunicación, la actuación, la ley, etc).

Tal como señala Washigton Uranga, la *Campaña* planificó su comunicación con mucha atención durante su historia y hasta la sanción de la IVE. Generó constante reflexión y análisis de sus acciones y actividades, promovió nuevas lecturas y estrategias, atendió a sus diferentes públicos, estableció alianzas y redes nacionales e internacionales, mapeó los sectores a favor, los opositores y aquellos indecisos o desinformados. Modificó dinámicas y soportes comunicacionales, creó y moldeó nuevas comisiones de trabajo, examinó los resultados de cada una de las propuestas llevadas a cabo en cada rincón del país, revisó las repercusiones de sus campañas y sus acciones y casos de vulneración de derechos de personas gestantes durante todos estos años. El análisis constante y minucioso de la instalación del tema y la perspectiva desde la cual se hacía dentro del discurso feminista, legal-judicial, educativo, mediático, partidario, legislativo y social, en sentido más amplio, fue una determinante que posibilitó su agudeza al encarar la comunicación para la incidencia de 2018 a 2020.

5.3.1 Comunicación para la incidencia y políticas públicas

La relación entre políticas públicas y comunicación para la incidencia se da cuando, desde las organizaciones de la sociedad civil, se formulan proyectos con el objetivo de crear, modificar o redireccionar planes, programas, políticas públicas concretas. Marcelo Leiras (2007) describe distintos mecanismos de participación de las organizaciones sociales en las distintas etapas de las políticas públicas:

- **Etapas de constitución de la agenda pública:** la organización de la sociedad civil produce información pertinente y fiable, además de difundir dicha información.

En este sentido, la *Campaña* dio a conocer (en su blog y luego en su sitio web y redes sociales, además de gacetillas de prensa y en sus actividades públicas) los escasos

datos públicos nacionales sobre embarazos no deseados, abusos, embarazo adolescente, falta de acceso a métodos anticonceptivos, etc; trabajó con información y estadísticas de organizaciones internacionales sobre las prácticas y derechos sexuales, reproductivos y no reproductivos en la Argentina; generó actividades y campañas para fechas clave del calendario feminista; promovió alianzas con redes de socorristas en todo el país; informó y explicó cómo interrumpir un embarazo con misoprostol (luchando contra múltiples mitos y una industria mercantilista que hizo inaccesible dicha medicación); visibilizó clínicas y profesionales que realizaban abortos desde la clandestinidad, atentando contra la salud y la vida de muchas personas gestantes; participó en múltiples programas mediáticos y en diversos espacios institucionales donde fuera convocada para desplegar argumentos y explicaciones en torno a la necesidad de legalizar esta práctica.

- **Etapa de decisión:** la organización difunde y promueve ejemplos de innovación en políticas públicas y/o monitorea las negociaciones intra-gubernamentales.

En este caso, la *Campaña*, a través de sus múltiples integrantes individuales, al igual que de sus numerosos colectivos, organizaciones y redes (de profesionales de la salud, de científicas, investigadoras, socorristas, activistas), brindó información útil respecto de legislación, casos y estadísticas de otros países del mundo, donde la interrupción del embarazo estaba legalizada. Asimismo, la *Campaña* siguió de cerca, cuestionó y/o apoyó, diversas propuestas y normativas promovidas y sancionadas por el Estado nacional, en torno a los derechos sexuales, reproductivos y no reproductivos de las personas.

- **Etapa de implementación:** la organización puede intervenir mediante el mecanismo de distribución de bienes y servicios, desarrollando iniciativas autónomas que refuercen el impacto de las intervenciones públicas, removiendo obstáculos sociales, políticos, institucionales, para el acceso de segmentos de la población a bienes o servicios provistos por el estado.

La *Campaña* también participó en este tipo de iniciativas. La de mayor relevancia ha sido, sin lugar a dudas, la redacción de ocho proyectos de ley para la interrupción voluntaria del embarazo. Sin embargo, no es la única acción que se puede encuadrar en esta etapa. La *Campaña* difundió en sus múltiples actividades y en los ENM la publicación “Todo lo que tenés que saber sobre cómo hacerse un aborto con pastillas” (2010), compilado por Lesbianas y Feministas por la discriminación del aborto. Asimismo, articuló con diversas redes de socorrismo rosa en todo el país, para dar respuesta a muchas personas gestantes que contactaban a sus integrantes en busca de ayuda para interrumpir un embarazo. Y, por último, intervino en diversos casos de violación de derechos de personas gestantes, muchas veces menores de edad, por parte de profesionales de la salud, en todo el país. Situaciones de negación de información, de múltiples impedimentos o judicialización de claros casos que correspondían con una ILE (interrupción legal del embarazo), de violación

del secreto profesional-paciente, entre otros. Solo por mencionar uno de los más conocidos, la difusión nacional e internacional del caso de Belén (relatado en el capítulo anterior) puso la lupa pública sobre la justicia e incidió en una sentencia justa para la joven acusada de haberse realizado un aborto clandestino (cuando ella ni siquiera sabía que estaba embarazada).

- **Etapas de monitoreo y evaluación:** la organización analiza las políticas públicas en relación a lo generado en la etapa de constitución de la agenda pública.

Ante la ausencia de respuesta del Estado a la solicitud de una política pública que respondiera a la problemática de abortos clandestinos en la Argentina, la *Campaña* no pudo trabajar en esta etapa en el periodo que cubre esta investigación. Sin embargo, hasta la sanción de la Ley IVE en diciembre de 2020, monitoreó otras políticas afines a los derechos sexuales y (no) reproductivos, así como investigó y sistematizó datos sobre la cantidad de abortos clandestinos que se realizaban año a año en la Argentina. También atendió a estadísticas sobre embarazo adolescente, embarazo no deseado, negación de prácticas ILE y otros relativos y de interés. Además, evaluó el uso del misoprostol en el país, sus importantes alzas en el precio, la legislación que impidió su comercialización en algunos rincones del país (por ejemplo, en Mendoza la Ley 8116 limitó, desde 2009: “el expendio y/o suministro y/o fraccionamiento de medicamentos que contengan el principio activo ‘misoprostol’”, entre otros datos e información).

Cicalese (2013) advierte que no todas estas etapas y sus modos de intervención consisten, necesariamente, en comunicación para la incidencia. Esto depende, directamente, del tipo de vínculo entre la organización social, los segmentos del Estado y/o sistema representativo y la política pública en sí misma. La autora incorpora dos instancias a considerar como parte de un proceso de Comunicación para la incidencia:

- “Impedir la sanción de una ley o la implementación de una política pública o acción de gobierno...”
- “Modificar el rumbo de una política pública vigente o proponer cambios en una normativa...” (Cicalese, 2013: 20)

Con este tipo de instancias podemos identificar a los sectores sociales, religiosos y políticos que se han opuesto históricamente en la Argentina a políticas públicas dedicadas a los derechos sexuales y (no) reproductivos (denominados en la comunicación de la Campaña como “antiderechos”). Cicalese, citando el concepto de Rosanvallon (2007), llama a estas instancias “soberanía de la obstrucción”.

Resulta necesario destacar algunos conceptos afines o cercanos al de *incidencia*, para distinguirlos del mismo.

En primer lugar, la diferencia entre *incidencia* e *implementación de una política pública*. Cuando nos referimos a incidencia, la iniciativa surge desde las organizaciones

sociales, quienes peticionan, proponen, negocian ante un estado. En cambio, cuando la iniciativa es gubernamental, planificada desde el Estado, aunque incluya en la ejecución parcial o total a actores privados u organizaciones sociales, hablamos de implementación de una política pública. En esta distinción podemos señalar que la Campaña trabajó insistentemente desde la comunicación para la incidencia, en búsqueda de visibilizar e instalar la temática en la agenda pública y, fundamentalmente, para promover una norma legal que despenalizara y legalizara el aborto en Argentina. En ese sentido, se evidencia en la trayectoria de la *Campaña*, instancias de iniciativa y estrategias de instalación y posicionamiento de una problemática, así como modos específicos de abordarla. Si bien el proyecto de ley que alcanza la sanción y promulgación de la Ley de interrupción voluntaria del embarazo fue, finalmente, el presentado por el Poder Ejecutivo nacional, se hace en base al texto de su predecesor (el séptimo de los ocho proyectos presentados por la *Campaña* en el Congreso Nacional) y el resultado de su debate en ambas cámaras, en 2018. Y, sin lugar a dudas, a partir de las innumerables acciones y estrategias de comunicación para la incidencia desplegadas antes y durante dicho proceso, por la *Campaña*.

Asimismo, el concepto de *incidencia* se diferencia del de *lobby*, dado que este último corresponde a las estrategias para ejercer influencia o presión, en pos de los intereses de un sector o grupo del ámbito privado. En el *lobby*, los objetivos son particulares, benefician a ese sector específico y los actores protagonistas de la negociación suelen llevarlo adelante a nivel privado. En cambio, en la incidencia, la acción de las organizaciones sociales propone el diseño de la generación, la implementación o el cambio de una política pública concreta, centrada básicamente en la ampliación de derechos (Cicalece, 2013: 23). En este punto, es válido recordar que la *Campaña* corresponde a una organización social, federal, integrada por múltiples organizaciones, colectivos, redes y espacios de diversas características y finalidades, con objetivos públicos, sin ningún otro tipo de interés que el de promover una norma que responda ante un derecho vulnerado: el derecho a decidir sobre el propio cuerpo de las personas gestantes.

Por otra parte, vale señalar la relación del concepto de *incidencia* y el de *intervención comunitaria*. “La comunicación para la incidencia es un tipo específico de intervención comunitaria centrado en la construcción de redes y el vínculo con los organismos públicos. La intervención comunitaria no necesariamente pretende incidencia” (Cicalece, 2013:25). No obstante, la comunicación para la incidencia no es siempre comunitaria. A veces se conecta con organizaciones de otros sectores. Es el caso de la comunicación para la incidencia de la *Campaña*, relacionada con todos los sectores del país que bregaban por el derecho de las personas gestantes a decidir interrumpir un embarazo no deseado (entre los que se pueden mencionar redes de profesiones -abogadas, personal

de la salud, docencia, artistas, periodistas, etc-, organismos de DDHH, instituciones educativas, universitarias, organizaciones y asociaciones internacionales, colectivos de activismo feminista y LGTB+, etc.).

Finalmente, resulta interesante señalar las dos dimensiones que incluye toda propuesta de incidencia:

- el grado de concreción de una propuesta de incidencia en su negociación con las instancias públicas hablará del logro en términos de acción política.
- el grado de visibilidad de una propuesta y su posicionamiento en la opinión pública hablará de acierto en términos de estrategias comunicacionales (Cicalece, 2013).

En este último punto, en términos de estrategias comunicacionales, es innegable el alto grado de visibilidad de la propuesta de la *Campaña* y su posicionamiento en la opinión pública, de manera gradual. Si bien su punto máximo puede vislumbrarse a partir de 2018, con el tratamiento y debate en el Congreso Nacional en 2018 y su consecuente “despenalización social” (denominado así por la propia Campaña y los movimientos feministas y de mujeres); resulta del constante desarrollo de estrategias de comunicación que abrieron camino a la efectivización de esta última etapa.

En cuanto a la acción política, puede observarse el logro de la *Campaña* en el encadenamiento de objetivos alcanzados por la misma: visibilización de la problemática; instalación de la temática en la opinión pública (presente en el ámbito educativo, legal, mediático, parlamentario y en redes sociales); tratamiento y votación del Poder Legislativo en 2018 (con el logro de la sanción inicial y el rechazo en el Senado por pocos votos de diferencia, mientras todo el país se detenía a debatir y observar lo que se definía en el Congreso Nacional); presentación del primer proyecto IVE por parte del poder ejecutivo; tratamiento, debate, sanción y promulgación de la Ley 27.610.

De esta manera, con 15 años de historia y recorrido desde la comunicación para la incidencia, se puede decir que la *Campaña* alcanzó su máximo logro en ambas dimensiones, a partir de alcanzar su objetivo principal. Sin embargo, tanto las estrategias comunicacionales como la acción política continúan siendo herramientas en vigencia de la Campaña (y, por tanto, su comunicación para la incidencia), porque la tarea posterior consiste en verificar la implementación y cumplimiento de la norma en su correspondiente campo.

5.3.2 Axiomas básicos de la comunicación para la incidencia

1. El proceso de comunicación para la incidencia tiene distintas instancias o momentos, y requiere, en todas ellas, vinculación de colectivos u organizaciones sociales con algún nivel del estado.

2. El sentido comunicacional de la incidencia se plantea desde abajo, desde las organizaciones hacia el estado.
3. Los colectivos con vocación de incidencia son siempre una parte del todo social y proponen un lugar, un reconocimiento, un derecho que consideran propio, la resolución de una problemática que les afecta, pero no se erigen como representantes de este todo con el que dialogan.
4. Comunicacionalmente, la incidencia no depende de su éxito sino de su intencionalidad. No puede homologarse al concepto de “influencia” sino a las acciones que pretenden instalar perspectivas específicas vinculadas a problemáticas.
5. El sentido político de la comunicación para la incidencia no incluye cualquier cambio social, sino aquél que pretende la ampliación de derechos y la inclusión de nuevos sectores a la acción ciudadana.
6. Para poder interactuar y negociar, es básico que las organizaciones civiles estén identitariamente diferenciadas del gobierno de turno, aún cuando ideológicamente sean afines.

5.3.3 Redes sociales para la incidencia

Existen múltiples modos de definir el concepto de redes sociales. Se puede decir que se trata de “una comunidad en la que sus miembros se identifican por algún interés, rasgo, necesidad particular, y participan, interactúan y colaboran para desarrollar ese denominador común. En algunos casos, no todos, las relaciones entre ellos son de tipo horizontal” (Kelly, 2013: 34). Por su parte, Stanley Wasserman y Katherine Faust (2013) pioneros en el estudio de las redes sociales por los años 90, señalaron que éstas podían comprenderse como una estructura social compuesta por un conjunto de actores y uno o más lazos o relaciones definidos entre ellos. Varios investigadores atribuyeron el término “red social” al antropólogo social John Arundel Barnes, quien lo comenzó a utilizar sistemáticamente a partir de un artículo publicado en 1954, para aunar conceptos tradicionales de las ciencias sociales, como son los grupos sociales delimitados (por ejemplo, tribus o familias) y las categorías sociales (por ejemplo, el género o etnia).

Los principales componentes de una red social son un conjunto (normalmente finito) de actores, que pueden ser individuos u organizaciones, y un conjunto de relaciones (lazos o vínculos) entre pares de actores. La manera en cómo los actores están relacionados corresponde a la estructura de la red. Un sistema social relacional es la colección de datos de una red social formada por el conjunto de actores, sus relaciones y sus atributos. Los actores deben entenderse como unidades interdependientes dentro de la red, mientras que los lazos, como propiedades relacionales, canales de transferencia o flujo de recursos entre actores (Wasserman y Faust, 2013) .

En esta misma línea, el sociólogo español, Manuel Castells (2004), formula:

Una sociedad red es una sociedad cuya estructura social está conformada por redes activadas a través de las tecnologías de la información y la comunicación basadas en la microelectrónica. Por estructura social entiendo los modos de organización de los seres humanos para las relaciones de producción, consumo, reproducción, experiencia y poder, expresadas en una comunicación cargada de sentidos, codificada por la cultura. Una red es un conjunto de nodos interconectados. Un nodo es el punto en que la curva interseca consigo misma. Una red no tiene centro, solo nodos.

Como síntesis de estas definiciones es oportuno señalar que, en gran medida, la experiencia humana se estructura en torno a estas redes sociales cuya existencia precede a la llegada de las tecnologías digitales y la constitución de redes sociales digitales. Es decir, las redes no son una forma específica de las sociedades del siglo XXI ni de la organización humana, sino que constituyen la estructura fundamental de la vida, de toda clase de vida. Respecto a la vida social, los y las analistas llevan mucho tiempo investigando la dinámica de las redes sociales en el núcleo de la interacción social y la producción de significado, lo que les ha permitido formular una teoría sistemática de las redes de comunicación.

En términos de estructura social, la arqueología y la historia de la antigüedad han reiterado convincentemente que los datos históricos muestran la permanencia y la relevancia de las redes como espina dorsal de las sociedades, desde hace miles de años, en las civilizaciones antiguas más avanzadas de diferentes regiones del planeta. Si se transfiere la noción de globalización a la geografía del mundo antiguo, determinada por las tecnologías de transporte disponible, se puede decir que existía cierta clase de globalización en la antigüedad, ya que las sociedades dependían de la conexión de sus principales actividades con redes que trascendían los límites de su localidad.

La capacidad de las redes para introducir nuevos actores y nuevos contenidos en el proceso de organización social, con relativa independencia de los centros de poder, se incrementó a lo largo del tiempo con el cambio tecnológico y, más concretamente, con la evolución de las tecnologías de la comunicación. Esto fue así especialmente cuando surgió la posibilidad de utilizar la red de energía distribuida que caracterizó el nacimiento de la Revolución Industrial (Castells, 31-34). No obstante, sólo las condiciones propicias por una sociedad industrial madura permitieron que surgieran los proyectos autónomos de redes organizativas. Entonces, éstas pudieron utilizar el potencial de las tecnologías de comunicación basadas en la microtecnología. El cambio tecnológico esencial que liberó todas las potencialidades de las redes fue la transformación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICS), basada

en la revolución de la microelectrónica que tuvo lugar en las décadas de los años cuarentas y cincuenta. Así se crearon las bases de un nuevo paradigma tecnológico que se consolidó en los setenta, fundamentalmente en Estados Unidos, y luego se difundió por todo el mundo. Con el advenimiento de la nanotecnología y la convergencia de la microelectrónica y los procesos biológicos y materiales, las fronteras entre la vida humana y la vida artificial se han vuelto borrosas, de modo que las redes extienden su interacción desde el interior hasta el ámbito de la actividad humana, trascendiendo las barreras del tiempo y el espacio.

Las redes sociales, que se han convertido en una verdadera sociedad red, emergieron gradualmente como una nueva forma de organización social de la actividad humana en el último tramo del siglo XX, sobre los cimientos del infomacionalismo.

Interiorizándonos en el funcionamiento de las redes sociales digitales, su análisis permite encontrar ciertas constantes en su dinámica de conformación y funcionamiento. El análisis de “grafos”, por ejemplo, representan gráficamente las estructuras de las redes: nodos (individuos) conectados por líneas o enlaces (relaciones que los unen).

Paul Baran, ingeniero considerado uno de los padres de internet, diseñó tres topologías básicas de redes:

- redes centralizadas: uno de los nodos funciona como centro, el resto está unido a él y no se interrelacionan con el resto. Se trata de grupos organizados con una estructura jerárquica totalmente vertical.
- redes descentralizadas: hay varios nodos que funcionan como centros de redes centralizadas y que se conectan entre sí. Se trata de una estructura que corresponde con sistemas descentralizados.
- redes distribuidas: no hay nodos centrales, sino que cualquier nodo puede establecer enlace con otro. La desaparición de un nodo no implica necesariamente la desaparición del otro, aspecto que otorga gran sustentabilidad a la red, sumado al hecho de que estas redes se rigen por la denominada lógica de la abundancia: siempre se puede sumar un nodo más (Kelly, 2013:35/36).

Ante esta clasificación, podemos analizar a la *Campaña* como una red descentralizada desde sus orígenes, dado su carácter federal y horizontal, compuesto por nodos regionales y provinciales, pero también por integrantes autónomas, colectivos feministas y de la diversidad, organizaciones, asociaciones y espacios vinculados a la militancia de derechos humanos y género. Sin embargo, a partir de 2018 y las estrategias de comunicación para la incidencia generadas por la *Campaña* que instalaron la temática en la opinión pública, podemos considerar que mutó a una red distribuida, de enorme amplitud y alcance. Aumentaron los nodos a partir de la incorporación de otras redes o colectivos afines al objetivo de la *Campaña* (incluso fuera del país) pero, principalmente, se multiplicaron exponencialmente a partir de personas o figuras individuales, tanto públicas (personalidades reconocidas del arte, la comunicación, la ciencia, la salud, la ley, que

atrajeron a sus propios públicos -nuevos nodos-) como privadas (miles de activistas de la causa que no responden a un espacio concreto de pertenencia y desarrollo político). Esta expansión no sólo hizo crecer la estructura de red de la *Campaña* cuantitativamente, sino también cualitativamente, dado que mediante la tecnología, la comunicación y relación entre dichos nodos se hizo accesible, rápida, constante y muy visible. La digitalización permitió a cada nodo constituirse en una presencia significativa dentro de la comunicación para la incidencia de la *Campaña*, así como establecer diferentes relaciones, enlaces y acciones con otros nodos, aportando a la concreción de los objetivos de cada momento: visibilización de la temática; instalación en la opinión pública; debate y crecimiento del posicionamiento a favor de la legalización; despenalización social; despenalización y legalización judicial.

5.3.4 Redes sociales mediadas por TIC

En la actualidad, existen numerosas plataformas en internet que promueven la formación de redes sociales con fines variados. Ya señalamos, en capítulos anteriores algunas de ellas, de interés para esta investigación, como *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*.

Valeria Kelly (2013) recuerda que las redes sociales mediadas por la tecnología son, en su gran mayoría: públicas, abiertas y distribuidas. Y, por ello mismo, posibilitan diversos modos de relación y prácticas. Muchas de ellas son negativas, tales como el *cyberbullying*, la violencia de género, el *grooming*, la sextorsión. Otras, más difíciles de identificar, promueven la creación de falsos consensos o corrientes de opinión:

como los cada vez más mencionados 'trending topics' (tema del momento), que simplemente reflejan la selección temática de un porcentaje sumamente reducido de la población, a través de una red social particular, pero son difundidos como tendencia general de opinión (2013: 38).

Los riesgos de la vinculación y expansión mediante las redes sociales mediadas por la tecnología son elevados para cualquier persona. Esto no varía cuando el nodo, e incluso la red descentralizada toda, es quien hace uso de las redes sociales digitales como herramienta para potenciar procesos de alcance, visibilización, cooperación, instalación, referencia, apoyo, etc. Las reglas (o no reglas) impuestas por estas plataformas devienen en modos de control (algoritmos que potencian o disminuyen el alcance de un posteo), en artífices o promotores de modos de violencia en red (estructuras que tensionan grietas y sectores opuestos en diversas discusiones y debates), en facilitadores y distribuidores de noticias falsas o fuentes poco contrastadas, en colaboradores del conocimiento y segmentación de los públicos ante un mercado ávido de información personal para mejorar ventas. De esta manera, las redes sociales digitales habilitan posibilidades y también promueven nuevos riesgos y violencias. No obstante, es innegable que constituyen un recurso muy valioso en la comunicación para la incidencia de las organizaciones sociales de este siglo y, puntualmente, para la *Campaña*. Sin embargo, corresponde destacar que la

planificación, desarrollo y resultados de acciones y estrategias online desplegadas por la *Campaña* solo se pueden analizar y comprender a la luz de la experiencia y el saber político social recolectado, a lo largo de sus 15 años, en la puesta en práctica de las mismas en las calles: a las acciones de los activismos (las redes sociales) fuera de línea (offline).

5.3.5 Medición de la incidencia en redes sociales

Las redes sociales funcionan mediante la interacción de una comunidad de usuarios/as y los contenidos que estos/as producen, difunden, comparten, recomiendan.

Desde el marketing y la publicidad se han generado diversas herramientas para poder efectuar una lectura transversal en las redes, analizar la evolución de algunos aspectos principales e identificar los datos relevantes, según los objetivos propuestos en cada caso, ligados siempre a patrones e intereses económicos y de mercado. Sin embargo, dichas estrategias, denominadas métricas y analíticas, también pueden ser tomadas y adaptadas, para observar la incidencia de las acciones comunicativas, en este caso de la *Campaña Nacional por el Derecho al Aborto*, en el discurso social digital.

HootSuite es una plataforma web y móvil líder que permite gestionar varias redes sociales por parte de personas u organizaciones desde un mismo escritorio. Asimismo, publica junto a la agencia creativa especializada en comunicación digital, *We are Social*, el “*The Global State of Digital*”, un informe anual sobre acceso y uso de redes sociales, así como también de tendencias digitales. Presenta estadísticas divididas por país, red social, etc, que resultan de interés de estados, empresas y demás sectores financieros y tecnológicos del mundo.

Eddie Shleyner de *Hootsuite* (2021) clasifica las métricas para analizar los resultados de las acciones llevadas adelante en las redes sociales en cuatro tipos: percepción, interacción, conversión y consumidor.

Las *métricas de percepción* analizan la evolución de la comunidad o audiencia de una cuenta de red social determinada. Se dedica a medir el aumento o la disminución de la cantidad de personas que acceden y siguen a cada perfil o cuenta. Esto implica, además de atender al número final de seguidores/as en un determinado periodo de tiempo, observar pérdidas y ganancias de los mismos, en relación con acciones concretas llevadas adelante en la cuenta: campañas, consignas determinadas, convocatorias, etc.

Integra las *métricas de percepción el análisis del alcance* de cada publicación, el número de personas que vieron el contenido publicado en una cuenta o perfil, incluidas publicaciones, historias, anuncios, información social de las personas que interactúan con la página y más. Cuanto mayor sea la audiencia de una cuenta, mayor será su red de contactos y su alcance. El alcance abarca no solo a seguidores/as que siguen a la cuenta

sino también nuevos/as usuarios/as, independientemente si estos/as decidieron seguir la cuenta, interactuaron con el posteo o no demostraron ningún tipo de interés sobre él. Asimismo, el alcance difiere del *concepto de impresiones*, que cuenta la cantidad de visualizaciones de las publicaciones, aunque hayan sido efectuadas por parte de las mismas personas.

En cuanto a las *métricas de interacción*, abordan cómo las personas reaccionan ante el contenido que una cuenta pública. Para ello, analiza el número de comentarios, reacciones, menciones y contenidos compartidos de las publicaciones de un perfil. Esta métrica resulta de mayor valor que las precedentes ya que su observación permite establecer una estrategia de publicaciones para sostener el interés y la interacción con los/as usuarios en todos los contenidos que se compartan, según cada red social, día de la semana, horario y otras variables a considerar.

David Tomas (2019) explica que dentro de estas métricas se analiza la *variable compromiso* (o *engagement*), que puede calcularse por publicación o por un periodo de tiempo. El mismo resulta de la división del total de interacciones ("me gusta", comentarios, compartidos, etc.) de la publicación o en el periodo temporal seleccionado, entre el número de seguidores de la cuenta, multiplicado por 100. Dicho porcentaje refleja cuán activos son los y las seguidoras de una red social. Si es muy bajo, esto se puede interpretar como publicaciones poco atractivas o que no están llegando correctamente a su audiencia.

Eddie Shleyner (2021) señala en las métricas de interacción la *tasa de aplauso*, que mide me gusta y favoritos (marcas de aprobación); la *tasa de interacción promedio*, que cuantifica todas las marcas de interacción por publicación; la *tasa de amplificación*, que analiza la relación entre el número de compartidos por publicación y el número total de seguidores; y la *tasa de viralidad*, que es el número de personas que compartieron una publicación en relación con el número único de vistas (de impresiones) que tuvo durante el periodo de informe. Esta última tasa es de gran valor, ya que "una publicación que obtiene 17,000 Me gusta puede que solo obtenga un 0.1% de viralidad, mientras que otro post que recibe 10,000 Me gusta obtiene un 9.97% de viralidad. Esta última es una publicación mucho mejor" (Shleyner en *Hootsuite*, 2021).

En tanto las *métricas de conversión* se dedican al proceso que ocurre cuando un/a usuario/a ejecuta una acción clave de acuerdo a los objetivos dentro de una estrategia comunicacional o de negocios. El o la usuaria deja de ser solo una persona *online*, para transformarse en un/a fan, un/a ciberactivista, un/a cliente. Esta resulta una de las métricas más importantes. Saber cuántas de estas acciones suceden a partir de los perfiles sociales es una evidencia, por ejemplo, del proceso de comunicación para la incidencia de la *Campaña*. Esto se puede observar en la cantidad de personas/usuarixs que se

transformaron en ciberactivistas ante campañas digitales concretas como relatar la historia de acceso al primer pañuelo; visibilizar una consigna mediante un *hashtag*, solicitar a algún/a legislador/a el voto positivo a la ley y, también, en la respuesta de dichas usuarias en la militancia en las calles, ante convocatorias a pañuelazos, plazas, marchas, intervenciones artísticas, conversatorios, vigiliadas, etc.

Finalmente, las *métricas de consumidor* reflejan qué piensan y cómo se sienten los y las usuarias activas acerca de tu cuenta y lo que representa. Se trabaja a partir de testimonios de clientes, a modo de reseña, evaluación, comentario, respaldo o entrevistas; así como mediante encuestas concretas.

También existen otras métricas, como el tráfico social, el retorno de inversión y la conciencia de marca que no abordamos, dado que responden meramente a estrategias de marketing que no resultan oportunas para un análisis de un proceso de comunicación para la incidencia.

Muchas de estas métricas solo son factibles de calcular si se administran las cuentas y se accede a información puntual de cada publicación, en cada periodo de tiempo. Para el análisis del proceso de comunicación para la incidencia de la *Campaña* en la muestra que abordamos en esta investigación, examinaremos los valores que resultan públicos y factibles de observación como usuarios/as de dichas cuentas, desde el presente de investigación. Asimismo, aludimos a datos brindados por otras investigaciones académicas.

5.3.6 Periodismo como herramienta de comunicación para la incidencia

Laura Rinaldi (2013), licenciada en Comunicación y doctora en Ciencias Políticas de la Universidad de Belgrano -Córdoba, expresa que el periodismo puede ser una práctica concreta de comunicación para la incidencia. Para ello, analiza la historia y la práctica periodística y manifiesta que “la herramienta que la modernidad reservó para el control y el debate sobre lo público, por fuera del estado, fue el periodismo” (Rinaldi 2013: 59).

La autora da cuenta acerca de que la práctica periodística, como acto comunicativo político, nació como una manera de comunicación para incidir “frente al o en el estado y frente a o en la sociedad”. Sus estrategias, para ello, consistieron en el tratamiento de cuestiones de interés público -hoy entendida como construcción de agenda- y en el aporte al debate, en términos de difusión de ideas y candidatos -ligado a las campañas políticas en el presente. En el primer caso, si la construcción de agenda (la capacidad de los medios para definir aquello de lo que se habla), el tratamiento de temas de interés público, proviene de la iniciativa de un medio periodístico, constituye una forma de comunicación para la incidencia.

No obstante, Rinaldi (2013) señala que dos procesos complejizan este sistema: la intromisión del mercado en la lógica de los medios de comunicación y la diversificación de la tecnología. A partir de la relación con dichas variables, el periodismo viró sus prácticas en torno del “interés”, antes que la “verdad”. Y, desde ese lugar, a la defensa de intereses privados, de clase, comunitarios, colectivos y, en menor medida, públicos, fluctuando entre variaciones de interés común y general. Allí reside su diferencia con la comunicación para la incidencia, que refiere a las estrategias de diversos colectivos para convertir sus intereses, comunitarios o colectivos, en públicos. Sin embargo, dichos colectivos u organizaciones pueden apelar, para ello, al periodismo como una herramienta clave para incidir en el espacio público.

Rinaldi (2013) enumera razones por las cuales se considera, aún hoy, al periodismo como una de las herramientas más potentes de la comunicación para la incidencia:

1. El periodismo se opone a la comunicación institucional, aquella que responde a intereses privados y a la lógica del mercado. Más allá de la intromisión de la publicidad e intereses privados, el periodismo aún se visibiliza como un espacio de inclusión de temáticas de interés público.
2. Todavía dispone de algún nivel de credibilidad, lo que permite encontrar una ciudadanía capaz de atender y sumarse al interés colectivo, ampliando la base ciudadana que peticiona ante el estado.
3. Hay un contexto institucional que promueve mediante licencias de medios audiovisuales, la creación de organizaciones que pueden producir espacios periodísticos comunitarios.

En esta última razón se enfoca la autora al afirmar que “sólo en los casos en que el periodismo funcione como contrapoder puede constituirse en herramienta de comunicación para la incidencia” (Rinaldi, 2013: 63). Distingue, entonces, que cuando la actividad periodística se sostiene sobre una estructura de poder, ya sea económica como del estado, no permite procesos de incidencia. Y por ello considera que el periodismo político apropiado por parte de la sociedad civil, en tanto colectivos que reflejan los intereses de comunidades, asuntos de interés público ligados a derechos, es un nuevo actor significativo en el desarrollo de la actividad periodística que busca incidir en el espacio público: “podemos ser prudentemente optimistas respecto de la creación de espacios periodísticos de incidencia, pero recordando que no todos los nuevos medios nacen tan puros de relaciones con los ámbitos económicos y políticos” (Rinaldi, 2013: 64).

La relación de la *Campaña* y sus integrantes con periodistas feministas y profesionales de la comunicación pertenecientes a medios contrahegemónicos o alternativos fue explicitada en capítulos precedentes. Sin lugar a dudas, estos espacios fueron herramientas fundamentales de comunicación para la incidencia utilizadas por la

Campaña, especialmente en sus primeros años, cuando la legalización del aborto era un tema tabú y la instancia de incidencia que la organización buscaba respondía a la visibilización de la temática y su discusión en el espacio público. Muchos años pasaron para que, finalmente, la militancia de la *Campaña* por legalizar la interrupción del aborto llegara a ocupar espacios significativos en medios públicos y privados de gran alcance. En esta instancia, más enfocada en generar consensos y alcanzar una política pública que avalara este derecho, los medios contrahegemónicos continuaron acompañando y aportando fuentes diversas y amplias al debate. En el caso de los medios de comunicación más clásicos y reconocidos (en distintos soportes y de gestión privada y estatal), recién instalado el tema en la opinión pública, avanzaron en un tratamiento periodístico más completo, abarcativo y continuo de la temática. De esta manera, analizaremos cómo la comunicación para la incidencia de la *Campaña* logró ocupar un espacio significativo en medios nacionales de gran alcance, con reconocidas líneas editoriales en contra de la legalización del aborto.

5.4 Análisis social del discurso

Tras dar cuenta de las múltiples herramientas y técnicas comunicacionales utilizadas por la *Campaña por el Aborto Legal* en el ejercicio de las distintas etapas o instancias de su proceso de comunicación para la incidencia, el método del análisis del discurso social y crítico se presenta pertinente para examinar el periodo de interés. Para ello, se torna necesario profundizar acerca de los discursos y las construcciones de sentido generados por la *Campaña* desde su comunicación para la incidencia a partir de acciones para alcanzar consensos en la sociedad civil y, de esa manera, lograr la correspondiente repercusión en los distintos niveles del Estado que garantizaran la sanción de la ley IVE. Dentro de este encuadre, las conceptualizaciones de Bajtín-Voloshinov acerca del lenguaje y del discurso, iluminan aspectos para pensar las construcciones de sentido generadas y promovidas por los sectores dominantes, sostenidos y reproducidos por ámbitos de poder como el mediático, el religioso, el judicial, el legislativo y el ejecutivo.

En principio, Bajtín, rebate las concepciones de la lengua como un sistema universal y estable. Dice Adriana Boria (2009) que esta perspectiva apunta a una crítica del signo saussuriano entendido como una entidad abstracta e igual a sí misma, signo cuya inmanencia deja de lado los procesos vivos de intercambios discursivos. Por el contrario, la propuesta bajtiniana, concibe a los discursos como prácticas y, al mismo tiempo, como hechos sociales (2009:20). Así, se acuña una concepción dinámica del lenguaje, como un devenir permanente y como una consecuencia de la interacción social de los y las hablantes. También, la “otredad” tiene un papel activo en tanto que la percepción subjetiva acerca del “otro/a” orienta el discurso propio y le otorga un significado particular en la

situación específica de comunicación. El discurso ajeno es discurso en el discurso, un enunciado dentro de otro enunciado. En este sentido, el término *discurso* implica comunicación, que está socialmente situada, bien en interacciones cara a cara, bien entre autor/a y lector/a en textos escritos o audiovisuales.

Tal como sostiene Fabiana Grasselli en su tesis doctoral, para Bajtín todo discurso social está orientado. Los sujetos sociales orientan sus enunciados según evaluaciones sociales en ese medio ideológico que rodea a los hombres y mujeres, y que está compuesto por los discursos que circulan en una sociedad determinada. El lenguaje, como medio de producción literaria, por su carácter social orienta el texto, porque el escritor trabaja en este medio social que es la lengua misma (Grasselli, 2011:26). Es decir, desde la perspectiva del Círculo de Bajtín, el lenguaje no existe por fuera de una comunidad y, además, un o una sujeto nunca usa el lenguaje de manera neutral, siempre está orientado y conlleva las marcas de quien habla, de género, de clase, racialidad y de conflicto.

Bajtin apela, entonces, al concepto de *dialogismo* que define como una actuación entre sujetos. Pampa Olga Arán (2016) explica que lo considera como una relación interpersonal, intersubjetiva, entre un 'yo' y 'otro que no soy yo', que crea un vínculo que no es solo comunicativo y significativo, sino expresivo, productor de sentido. Un sentido producido, un acontecimiento discursivo que lleva marcas sociales e históricas (y que, en otro momento, definirá como enunciado). Ese sentido lo comprende como una respuesta: "El sentido siempre contesta ciertas preguntas. Aquello que no contesta a nada se nos representa como algo sin sentido, como algo sacado del diálogo" (Bajtin, 1982: 368). Y para él, el término de respuesta tiene dos implicancias: aquello que se responde a un/a otro/a y, por otra parte, una forma de acción responsable, ligada a la búsqueda de sentido como comprensión vital. De esta manera, afirma que el enunciado, y podemos hacerlo extensivo al discurso, se construye desde el principio tomando en cuenta las posibles reacciones de respuesta. Y considera como elemento constitutivo del enunciado (y que lo diferencia de las palabras, por ejemplo), su orientación hacia alguien, su propiedad de estar destinado. Ese destinatario puede ser individual o colectivo, inmediato o lejano, conocido o indefinido:

La composición y sobre todo el estilo del enunciado dependen de un hecho concreto: a quién está destinado el enunciado, cómo el hablante (o el escritor) percibe y se imagina a sus destinatarios, cuál es la fuerza de su influencia sobre el enunciado. Todo género discursivo en cada esfera de la comunicación discursiva posee su propia concepción del destinatario, la cual lo determina como tal (Bajtín, 1982:250).

Arán (2016) formula que la relevancia del sentido en Bajtín consiste, entonces, en el hecho que es un efecto incesante que se produce y se desarrolla solamente en relación a otro discurso (aunque éste sea el de un «yo» desdoblado en discurso interior) ya sea por

fricción, por contacto, por interacción, por demanda o por necesidad de respuesta. Bajtín sostiene que el sentido se desarrolla como eslabón de una cadena histórica (no lineal), que no cesa de reproducirse y que, en su totalidad, da cuenta de la interpelación que proviene del mundo real, que impulsa a su conocimiento y, por qué no, a su control. Por ello, el autor rechaza el proceso dialógico como síntesis dialéctica y prefiere la dinámica del proceso abierto, personalizado.

La producción de sentido es el motor de la cultura y, en ella, el hombre ha jugado un papel decisivo disputando el sentido de la verdad y, añadiríamos, procurando su dominio hegemónico, centralizando el campo ideológico verbal en correlato con los procesos de centralización político sociales (Arán, 2016: 88).

También es importante destacar que, en Bajtín, tal como advierte Pampa Olga Arán (2016), el concepto de memoria está unido a su visión de la vida concreta de la palabra (entendida en sentido amplio como discurso) y de las relaciones dialógicas que ella establece a través del tiempo. Siendo quien habla un/a sujeto social, la historia del devenir de la palabra es, en buena medida, la historia humana. La memoria compleja y conflictiva de la cultura se aloja en la palabra, en sus usos y en sus sentidos colectivos que, como ya vimos, son siempre ideológicos y múltiples. Por eso, las palabras no olvidan su origen: de clase, de época, de géneros discursivos, del cauce de la vida y de la esfera de actividad en que fueron creadas, así como de las fuerzas que unifican o dispersan la vida del lenguaje. Es decir que palabra, memoria e historia se anudan irremisiblemente y aunque la Historia, el Gran Tiempo como lo llamaba Bajtín, es un horizonte abierto, “no hay sentido que se pierda y todo sentido se recupera y transforma” (1982: 396).

Al respecto, Dorothy Smith (1989) en “El mundo silenciado de las mujeres”, plantea que el uso del lenguaje del opresor impide a las mujeres utilizar su propia experiencia, partir de las cosas y sucesos tal cual le ocurren, trabajar en torno al mundo que vivencian y lo que allí les ocurre. Ante ello, propone un método feminista de empleo del lenguaje que les permita ser “autoridades personalizadas del texto” y, de esa forma, ser sus creadoras. A partir de esta propuesta, en esta investigación buscamos analizar las herramientas y tácticas llevadas adelante, desde la comunicación para la incidencia, en el discurso de la *Campaña*, en tanto colectivo de mujeres organizado en pos de la legalización del aborto en la Argentina.

De acuerdo con Valentín Voloshinov (2009), la categoría de signo es central porque en él está la ideología de quien lo usa y transmite. Según el autor, donde hay signo hay significación y, por lo tanto, ideología, dado que a todo signo se le puede aplicar criterios valorativos. Además, afirma que el signo sólo puede surgir en un territorio interindividual, territorio que no es “natural”, en el sentido literal de la palabra, sino que es necesario que los individuos estén socialmente organizados, que representen una comunidad, un

colectivo. Dice Voloshinov (2009) que el signo por excelencia es la palabra porque no sólo representa un signo puro y ejemplar, sino que aparece como neutral, por ejemplo, con respecto a la función ideológica, sea científica, religiosa, moral. En suma, el intelectual advierte que la palabra es el material sónico de la vida interior, de la conciencia (el discurso interior), es decir, la conciencia sólo puede desarrollarse al disponer de un recurso tan elástico como la palabra. Esto no quiere decir que, desde luego, la palabra pueda sustituir cualquier otro signo ideológico. Los principales signos ideológicos específicos no son sustituibles plenamente por la palabra. “Por principio una obra musical o una imagen pictórica no pueden traducirse adecuadamente a la palabra. (...) Pero, al mismo tiempo, todos estos signos ideológicos que no son reemplazables por la palabra, en ésta se apoyan” (Voloshinov, 2009:35-36).

Al respecto, la idea de interindividualidad dentro de esta corriente de estudios, también es destacable. La carga valorativa está en esa interacción dada en un determinado contexto histórico, en el cual existen relaciones de poder y en el que siempre, quien emite, orienta el signo hacia quien recibe. El sentido es el resultado de este vínculo. En esta línea, explica Grasselli,

el significado de una palabra no reside en la palabra como tal, ni en el hablante o el oyente. El significado es el efecto de la interacción entre el hablante y el oyente, quienes orientan sus enunciados en función de diversas valoraciones ideológicas (2011:26).

Es la concepción dialógica del signo lo que permite contemplar el papel de la palabra como índice de los conflictos y cambios sociales. El carácter dialógico de los discursos tiene que ver entonces con que

cada enunciado participa de la cadena de enunciados anticipándose a su destino, preparándose a favor de algunos y contra otros. Así, los enunciados van a ser comprendidos, una vez pronunciados, en función de los otros discursos sobre el mismo objeto con los cuales inevitablemente entran en diálogo. Esto hace que el enunciado se construya de entrada para ser respondido, teniendo en cuenta las posibles réplicas que puede encontrar el oyente, sus aceptaciones o rechazos (Grasselli, 2011:27).

Soledad Gil (2016) explica en su tesis doctoral que la intertextualidad se refiere a la trasposición de uno o varios sistemas de signos al interior de otros y, en sentido específico, a la presencia de textos antecedentes en el texto decidido. Para decirlo de otra manera, hablar de intertextualidad como circulación de ideogramas –unidades significantes dotadas de aceptabilidad, como un ‘sentido común’ aceptado y compartido en una sociedad en un determinado momento histórico– y de interdiscursividad como interacción de las axiomáticas de los discursos, es ineludible en este marco y permite comprender que cada discurso está marcado por las huellas de otros.

En suma, dentro de esta óptica, Voloshinov sostiene que, las clases dominantes, a través de la imposición de la hegemonía, intentan, y de hecho en general lo logran, asignar

una única dirección en el marco de la producción social del sentido, haciendo de este modo que el sentido común compartido sea, precisamente, aquel que coincide con el sentido común imperante en las clases dominantes. Hay un empeño por reducir y/o invisibilizar la lucha entre los valores que aparecen en los procesos culturales procurando establecer un sentido único, monoacentual. Es que la disputa por el poder y la hegemonía sucede en el campo de la producción social del sentido, según Voloshinov, y por ello explica, la palabra es un “signo ideológico estructurado socialmente” y llega a ser “arena de lucha de clases” (2009:47).

Gil (2016) agrega que los signos, que se ubican entre individuos/as en un determinado proceso comunicacional, en el seno de una sociedad, funcionan como arena de combate porque en ellos existen, al mismo tiempo, en contradicción y conflicto, valoraciones hegemónicas y contrahegemónicas. Por esto, en los momentos de crisis social o cambios revolucionarios, cuando el combate social se encuentra en un punto álgido, los sentidos silenciados salen a la superficie con valoraciones opuestas a los acentos hegemónicos, en combate por apropiarse del signo. Esto nos permite reconocer la multiacentuación como propiedad del signo así como también que todo signo es ideología y, por eso “la realidad de los fenómenos ideológicos es la realidad objetiva de los signos sociales” (Voloshinov, 2009:32).

En tal sentido, la categoría de “multiacentualidad” del signo es una importante guía en este trabajo que busca explicitar el sentido adjudicado por la *Campaña por el Aborto Legal* en la comunicación de su acción política, en contraposición con un discurso hegemónico que, durante siglos, ha ocultado la problemática y/o ha cargado su significación de una valoración negativa. En palabras de Voloshinov, los sectores dominantes buscan “adjudicar al signo ideológico un carácter “eterno” por encima de las clases sociales, pretende apagar y reducir al interior la lucha de valoraciones sociales que se verifican en él, trata de convertirlo en un signo monoacentual” (2009:48).

Asimismo, Salvarredi y Gómez (2019) destacan que Voloshinov atiende especialmente a las formas sintácticas ya que considera que son ellas marcas del contenido y de la situación histórica de las que forma parte el discurso y sus enunciados. De esta manera, sobre todo al estudiar el discurso político, incorpora el concepto de *palabra ajena*. Voloshinov señala “la palabra ajena como representación del poder y la organización de lo sagrado y lo verdadero” (Voloshinov, 2009: 184). Pero, advierten Salvarredi y Gómez, este proceso de incorporación del discurso ajeno no es privativo del discurso del poder. Es un fenómeno lingüístico presente en cada enunciación, ya que la incorporación de enunciados dentro de otros enunciados (Voloshinov, 2009) es la base misma para su composición como tales. Los diferentes tipos de relación entre discurso autorial (enunciado último) y *discurso referido o ajeno* (enunciado incorporado) son los que darán su forma estilística y, finalmente,

su acentuación valorativa a cada enunciado. Desde tal perspectiva se considera que estas formas de transmisión del discurso ajeno son fundamentales para estudiar la materialidad de la ideología. Los discursos y sus materializaciones en enunciados de diversa índole son los documentos concretos (Voloshinov, 2009) sobre los cuales puede hacerse un estudio de la ideología y su dinámica.

Por otra parte y con la misma mirada, resultan enriquecedores los aportes de Marc Angenot, representante de la sociocrítica canadiense, quien propone las categorías de *discurso e interdiscursividad* dentro de lo que él ha dado en llamar la "problemática general del discurso social". Para este autor, el discurso social es "todo lo que se dice y escribe en un estado de sociedad; todo lo que se imprime, todo lo que se habla públicamente o se representa hoy en los medios electrónicos, todo lo que se narra y argumenta" (2010: 21). Para Angenot, como en el círculo de Bajtín, "todo signo es ideológico" y, por tanto, todo discurso también. En toda sociedad, la masa de los discursos -divergentes y antagonistas- genera entonces un "decible global" más allá del cual no es posible, por anacronismo, percibir lo todavía no dicho. El hecho de hablar de discurso social en singular implica que, más allá de la diversidad de lenguajes y de prácticas significantes es posible identificar en todo estado de sociedad, una resultante sintética, una dominante interdiscursiva, que se corresponde con la idea de hegemonía de Antonio Gramsci, central en Angenot. Para él, la hegemonía está constituida por el conjunto de reglas de lo decible y lo escribible, por una tópica –es decir, una gramática interdiscursiva de los grandes temas recurrentes- que conlleva la base de lo aceptable, lo legítimo y lo verosímil discursivo de una época y de una sociedad dada. Es decir, el discurso social es un objeto compuesto donde operan tendencias hegemónicas y su propósito es, en el decir de Dalmasso y Boria (1999), manifestar la existencia de un sistema regulador global que tiene reglas de producción y de circulación. Desde esta perspectiva es que podemos comprender que el aborto no haya sido un tema de agenda pública sino, más bien, una problemática social invisibilizada, innombrada y, por tanto, inexistente. Vencida la primera instancia de ocultamiento, la práctica de aborto y todos los conceptos afines a ella, han sido cargadas de una valoración social despectiva y estigmatizante de sus protagonistas.

Dice Angenot "la hegemonía es, fundamentalmente, un conjunto de mecanismos unificadores y reguladores que aseguran a la vez la división del trabajo discursivo y un grado de homogeneización de retóricas, tópicos y doxas transdiscursivas (...) se compone de reglas canónicas..." (2010:31) y agrega que, se trata de un conjunto de normas complejas e imposiciones que indican los temas aceptables y "las maneras tolerables de tratarlos" e instituyen una jerarquía de legitimidades que es relativamente homogénea. Cabe aclarar que el autor manifiesta que esa hegemonía formada por regularidades que hacen

aceptable lo que se dice, es un sistema que se regula así mismo, es decir, no hay detrás un “director”.

Angenot sostiene que la hegemonía discursiva, como un conjunto de reglas y de incitaciones, de legitimidades y de control, si bien apunta a lo homogéneo, en sus palabras: a la homeostasis, es un conjunto de contradicciones y tensiones y, justamente por ello, es que puede imponerse. “La hegemonía no corresponde a una ideología dominante sino a una dominancia en el juego de las ideologías” (2010, 34).

No podemos dejar de exponer que la cuestión de la contrahegemonía, la heteronomía en su decir, tiene un lugar importante en la perspectiva de Angenot y está constituida por esos movimientos y rupturas que aparecen en el discurso social con una lógica distinta de la dominante. “El discurso es dinámico, el movimiento es permanente, los cambios se introducen por etapas paulatinas, siempre acompañados por reajustes del contexto” (Dalmasso, Boria, 1999:20).

Asimismo, según Angenot los discursos sociales tienen funciones. En efecto, tienen el monopolio de la representación de la realidad, representación que contribuye a hacer la realidad y la historia (2010:64) y, en este sentido, es también el lugar donde se conserva la memoria, aunque se trate de una memoria “selectiva”. También, sostiene que la función más importante del discurso social es producir y fijar legitimidades. En este sentido explica que la hegemonía funciona “como censura y autocensura: dice quién puede hablar, de qué y cómo” (2010:66) y agrega entonces que, el discurso social y las ideologías que abriga, son dispositivos de integración ya que construyen una coexistencia aún con quienes niega el derecho de la palabra. “La lógica de la hegemonía dóxica es el consenso, el sentido común (...). Esta producción de la sociedad como un todo visible sigue siendo dialécticamente compatible con las identidades, las distinciones, las jerarquías, los prestigios que los diferentes discursos legitiman” (2010: 71). De esto se desprende que, otra de las funciones del discurso social, es bloquear lo indecible. La hegemonía impone temas y estrategias cognitivas mientras que, al mismo tiempo rechaza otros, clausura lo emergente. Y, en esto, aparece la función pragmática, la de sugerir y hacer actuar. Según Angenot, las ideologías no proporcionan solamente “representaciones”, sino también indicaciones de prácticas y comportamientos. Subraya la importancia del contexto socio-cultural de producción y de recepción: “no se puede dissociar lo que se dice, de la manera en que se lo dice, el lugar donde se lo dice, los diversos fines a los que sirve, los públicos a los que se dirige”. Aquí cabe volver a decir que, lo pensable y lo impensable, se encuentran por igual en una totalidad discursiva dada en la cual, sin necesidad de explicitarlo, se van fijando los límites de aquello de lo que a nadie se le ocurriría hablar, se “bloquea lo indecible”. Entonces, se construye lo real de una determinada manera ya que se la organiza, selecciona, jerarquiza, valoriza, al decretar lo visible y enunciable. Marc Angenot (2010) le llama umbrales o

condiciones de decibilidad de un discurso. Es decir, aquello que es posible decir en un momento histórico, político, ideológico determinado que permite que algo sea dicho. De esta manera, al construir axiológicamente (no habría otra forma) se sugiere o induce a actuar de determinada manera, (Dalmasso, Boria, 1999: 21): la función pragmática del discurso social.

Así, desde un punto de vista metodológico, en todo discurso es posible identificar una resultante sintética, una dominante interdiscursiva, hegemónica, a través de los siguientes componentes (Angenot, 2010:37-45):

- Lengua legítima: lo oficial, determina sin discriminar directamente, al enunciador aceptable, sobre todo imprimible;
- Tópica y gnoseología (la Doxa): el saber común, lo que todo el mundo sabe y comparte; lo opinable;
- Paradigmas temáticos: la agenda, de lo que se habla;
- Egocentrismo y etnocentrismo: todo discurso tiene un centrismo a partir del cual construye el mundo. La hegemonía es un “ego-centrismo” y un etnocentrismo porque engendra ese yo y ese nosotros que se atribuye el derecho de ciudadanía (clasista, sexista, racista);
- Fetiches y tabúes: lo *sacer* (lo sagrado) objetos temáticos intocables, todo aquello que no puede ser dicho en un momento histórico. El discurso social no sólo los representa sino que los produce;
- Dominantes del *pathos*: la emoción, el estado de ánimo. Efecto de discurso;
- Sistema topológico (división del trabajo discursivo): quiénes dicen, desde qué posición discursiva.

A lo planteado hasta aquí, se suman los aportes de Eliseo Verón quien propone explícitamente analizar los discursos en una sociedad a partir de las huellas que los procesos de producción inscriben en ellos. Desde el punto de vista del semiólogo argentino, lo que llamamos un discurso o conjunto discursivo no es otra cosa que una configuración espacio-temporal de sentido, por ello, el análisis de los discursos sociales no es otra cosa que la descripción de las huellas de las condiciones productivas en los discursos, ya sean las de su generación o las que dan cuenta de sus efectos. Es en este punto en el que aparece la ideología en los discursos, o dicho de otro modo, la idea de que todo enunciado está inserto en un contexto-socio-cultural, político y económico que deja marcas en el mismo y que debe ser considerado a la hora del análisis. Asimismo, para Verón (1993:125), una teoría de los discursos sociales reposa sobre una doble hipótesis:

- a) Toda producción de sentido es necesariamente social: no se puede describir ni explicar satisfactoriamente un proceso significativo sin explicar sus condiciones sociales productivas.
- b) Todo fenómeno social es, en una de sus dimensiones constitutivas, un proceso de producción de sentido (cualquiera que fuera el nivel de análisis).

Es decir, todo funcionamiento social tiene una dimensión significativa constitutiva. Pero la hipótesis inversa es igualmente importante: toda producción de sentido está insertada en lo social. Igualmente, toda producción de sentido tiene una manifestación material.

Partimos siempre de configuraciones de sentido identificadas sobre un soporte material (texto lingüístico, imagen, etc.) que son fragmentos de la semiosis. El acceso a la red semiótica siempre implica un trabajo de análisis que opera sobre fragmentos extraídos del proceso semiótico. Se trabaja sobre estados, que sólo son pequeños pedazos del tejido de la semiosis, que la fragmentación transforma en productos. El estudio de la semiosis es el estudio de los fenómenos sociales en tanto procesos de producción de sentido.

Las ideas de intertextualidad y dialogismo reaparecen en Verón dado que, en la semiosis, ambos, condiciones productivas y objetos a analizar, contienen sentido. Entre las condiciones productivas de un discurso hay siempre otros discursos (1993:129-130). Tanto desde el punto de vista sincrónico como diacrónico, la semiosis social es una red significativa infinita. En la red infinita de la semiosis, toda gramática de producción puede examinarse.

Desde el punto de vista veroniano, en todo discurso político hay un “enunciador” que es una modelización abstracta que permite construir la imagen de quien habla y, en toda enunciación política hay un adversario. Cuando Verón (1987) habla de tres destinatarios para un enunciador, plantea que todo enunciado construye un otro positivo y un otro negativo, que conforma la relación entre enunciador y destinatario. El destinatario positivo participa de las mismas ideas que el enunciador, adhiere a los mismos valores y persigue los mismos objetivos. Lo llama *prodestinatario* y se corresponde con el colectivo de identificación, el nosotros inclusivo. El destinatario negativo está excluido de esta identificación, lo llama *contradestinatario* y descansa sobre la hipótesis de una inversión de la creencia. Ahora bien, tal como plantea el autor, el análisis de los discursos revela un tercer tipo de destinatario que aparece como por “fuera del juego”, los/as indecisos/as a quienes hay que persuadir. A esta tercera posición la llama *paradestinatario* y se basa en la hipótesis de suspensión de la creencia. A este destinatario el discurso buscará convencer, persuadir. En síntesis, Verón (1987) marca que todo discurso busca un refuerzo del prodestinatario, la polémica con el contradestinatario y la persuasión del paradestinatario. Detectar y analizar estas construcciones destinatarias en los discursos políticos (en nuestro caso, en las piezas comunicacionales publicadas por la *Campaña* en sus redes sociales) es dar cuenta de esas huellas que, en este caso, dejan en todo texto las condiciones de producción, quien enuncia, a quien combate en la arena de los sentidos sociales, a quien busca persuadir y con quien refuerza una determinada visión del mundo. Todo ello remite a la dimensión del contexto de todo discurso y a sus implicancias ideológicas en tanto

discurso producido desde un determinado posicionamiento político. En definitiva, lo que se trata de conceptualizar es un campo discursivo en el que se encuentran elementos hegemónicos y contrahegemónicos siempre en disputa pero en el que, finalmente, prevalecen unos y no otros.

5.5 Decisiones metodológicas: estrategias y técnicas de análisis de los discursos de la Campaña. La incidencia en el discurso social argentino

El marco temporal del objeto de estudio de esta investigación resultó, desde la génesis del proyecto de tesis al presente, modificado en más de una ocasión, a la luz de los hechos coyunturales que sucedieron en torno a la acción política de la *Campaña por el Aborto Legal* y los movimientos de mujeres, en pos de la legalización de la interrupción voluntaria del embarazo, produciendo en consecuencia sucesivas rectificaciones del objeto (Bourdieu, 1998).

Focalizamos el proceso de comunicación para la incidencia de la *Campaña por el Aborto Legal* en el discurso social argentino durante el tratamiento de los proyectos de ley correspondientes a 2018 y 2020. La decisión de abarcar ambos años responde al hecho de que, si bien en 2018 no se alcanzó la sanción de la ley, no puede explicarse su logro en 2020 sin el relato de las múltiples acciones políticas y de incidencia llevadas adelante por la *Campaña* durante 2018. De esta manera, nuestro universo de análisis son los discursos comunicacionales de la *Campaña*, nuestras unidades de análisis, las cuentas de dicha *Campaña Nacional* en las sociales de *Twitter e Instagram* y la muestra principal, las piezas comunicacionales publicadas por este colectivo federal, en jornadas fundamentales dentro del periodo marzo-agosto de 2018 y noviembre-diciembre de 2020.

Es importante decir que nos encontramos con una serie de limitantes técnicos para el análisis. Inicialmente habíamos pensado incluir como insumo el sitio web de la *Campaña*, centro comunicacional del colectivo durante todo el periodo seleccionado, mas esta decisión se vio completamente impedida. Algunos meses después de la sanción de la Ley IVE, el sitio de la *Campaña*: www.abortolegal.com.ar, dejó de estar visible y operativo en la web. De este modo, sirvió como insumo informativo para algunos capítulos precedentes, pero no para la etapa de análisis metodológico de la muestra.

Respecto de las cuentas y redes seleccionadas, dado que la *Campaña* es federal y posee en múltiples ciudades y provincias nodos de representación regional, decidimos trabajar con las cuentas núcleo de la *Campaña* que pueden encontrarse en las dos plataformas, *Twitter e Instagram*, bajo la denominación @CampAbortoLegal. Estas plataformas fueron aquellas que la *Campaña* sostuvo en funcionamiento activo durante el periodo de análisis, junto a *Facebook*. Y si bien utilizó *Youtube*, esta red operó como nube recolectora de material audiovisual (no como red autónoma) y recurso para nutrir a

Facebook y *Twitter*, por eso se omite su análisis específico. No obstante, en este punto nuevamente nos encontramos con una dificultad técnica. Tanto *Facebook* como *Instagram* no poseen filtros que permitan buscar publicaciones por fechas concretas. La primera fecha de análisis de esta investigación corresponde a marzo de 2018 (4 años antes del presente de observación) y dichas plataformas no permiten técnicamente acceder a fechas tan anteriores mediante el scrolleo clásico (deslizar verticalmente las publicaciones, hacia arriba/abajo, hacia posteos más presentes o más antiguos). Al intentar hacerlo, mediante diversos métodos y tras investigar por medio de tutoriales y consultas a referentes tecnológicos sobre ello, nunca logramos sortear alguno de los siguientes impedimentos: las plataformas dejan de funcionar o congelan pantalla, generan y notifican un error en pantalla (en el caso de *Facebook*) o actualizan el muro/perfil mientras se intenta llegar a las publicaciones de 2018 (*Instagram*). Ante esto, decidimos trabajar las fechas o momentos de análisis seleccionado de 2018 solo con la plataforma *Twitter*, la más significativa en cuanto a las acciones de incidencia en redes sociales ante su valor político, ideológico y comunicacional.

En el caso de las fechas de 2020, decidimos incorporar *Instagram* ya que al tratarse de un periodo más cercano en el tiempo y existir menor cantidad de publicaciones intermedias (de diciembre de 2020 a julio/2022-febrero/2023, momento de observación), esta plataforma nos permite acceder a las visualizaciones de dichas publicaciones mediante el scrolleo. En tanto que con *Facebook* continuamos teniendo grandes dificultades técnicas y, en lo poco observado, encontramos mucha similitud y reiteración de los contenidos y recursos publicados en las otras redes, ya en observación, por lo cual prescindimos de su incorporación.

Finalmente, cabe aclarar que el recorte de la muestra responde a las características de la investigación, resultado de la toma de decisiones. Entendemos que este tipo de muestreo resulta acorde a nuestros objetivos y problema. Dicho esto, se relevó, conformó y sistematizó un corpus de piezas/mensajes posteados en redes sociales por la *Campaña Nacional por el Derecho al Aborto* para analizar desde el marco teórico metodológico aquí expuesto, considerando que un corpus es siempre una construcción que se realiza a la luz de los objetivos y marco teórico de la investigación.

Para adentrarnos en especificaciones, entonces, tomamos las publicaciones realizadas por la *Campaña Nacional por el Derecho al Aborto* durante el periodo de tratamiento de los proyectos de ley en el Congreso en 2018 y 2020.

Respecto de 2018, utilizamos las piezas correspondientes a las siguientes fechas o hitos de este periodo:

- Presentación del 7mo proyecto de ley de la *Campaña en el Congreso Nacional*, el 6 de marzo de 2018.

- Disertaciones en Comisiones de la Cámara de Diputados/as. Dado el altísimo número de exposiciones realizadas por distintos sectores de la sociedad, se seleccionan cuatro voces, una por cada una de las siguientes áreas de representación: activismo, derecho, medicina/ciencia y testimonios. Las mismas corresponden al periodo del 10 de abril al 29 de mayo de 2018.
- Debate, votación y aprobación en la Cámara de Diputados/as, el 13 y 14 de junio de 2018. Nuevamente, dado el caudal de discursos expuestos, seleccionamos solamente los correspondientes a los cierres de cada bloque, previo a la votación.
- Disertaciones en Comisiones de la Cámara de Senadores/as. Nuevamente se seleccionan cuatro voces, una por cada una de las siguientes áreas de representación: activismo, derecho, medicina/ciencia y testimonios. Las mismas corresponden al periodo del 10 al 31 de julio de 2018.
- Debate, votación y desaprobación del proyecto en la Cámara de Senadores/as, el 8 de agosto de 2018. Con el mismo criterio de recorte que en la Cámara de Diputados.

En cuanto a 2020, el análisis implica el mes y medio comprendido desde el 17 de noviembre, fecha de la presentación del proyecto IVE por parte del Poder Ejecutivo en el Congreso Nacional, y el 31 de diciembre, día posterior a la sanción definitiva de la ley en la Cámara de Senadores. Durante este periodo, se analizan las semejanzas y diferencias con lo observado en 2020.

Las publicaciones realizadas por la *Campaña* y sus correspondientes componentes y estrategias de comunicación para la incidencia durante los periodos seleccionados se examinan a la luz del análisis crítico del discurso y de datos relativos a métricas de redes sociales. Estas últimas, herramientas propias del marketing digital, posibilitan analizar la incidencia de los posteos observados en el discurso digital y, de esta manera, en el discurso social. Si bien comprendemos que el discurso digital es solo un insumo dentro del discurso social, vale destacar que, en los últimos años, las estrategias de ciberacción y, específicamente de ciberfeminismo, se han constituido en un factor determinante y de constante retroalimentación de otros tipos de discursos que integran lo que entendemos como discurso social. Además, y especialmente a partir de 2020, en el contexto de la pandemia de Covid-19, dadas las limitaciones para la militancia en las calles, este discurso se volvió más significativo en ésta y otras acciones de movilización social.

Capítulo 6: 2018, la despenalización social

Este capítulo recoge el análisis del corpus distribuido en los distintos periodos y momentos clave de 2018 examinados.

Tal como señalamos en el capítulo precedente, decidimos analizar 2018 porque, si bien no se logró sancionar la ley de interrupción voluntaria del embarazo, las múltiples estrategias de comunicación para la incidencia desplegadas por la *Campaña por el Aborto Legal* fueron determinantes para no solo instalar la temática en el discurso social sino, también, para promover debates y abordajes en múltiples ámbitos públicos y privados. El derecho a decidir salió del plano de lo “indecible” y se constituyó, con posiciones a favor y en contra, en un tema primordial de la agenda nacional. Y continuó ocupando espacio relevante en la misma, aún después de ser desaprobado.

Las experiencias y acciones de 2018 resultan imprescindibles para comprender por qué la Ley IVE llegó al Congreso Nacional en 2020, en un año extremadamente complejo para la salud mundial (dada la pandemia de Covid19). Al respecto, tanto la *Campaña Nacional por el Derecho al Aborto* como diversas autoras e investigadoras (Laudano, Chaher y otras) coinciden en definir 2018 como el que permitió alcanzar la “despenalización social” de la interrupción voluntaria del embarazo, semilla ineludible para alcanzar su sanción final.

En este capítulo trabajamos, entonces, en torno al análisis de las estrategias discursivas y de comunicación para la incidencia de la *Campaña Nacional por el Derecho al Aborto* en distintos momentos relevantes de 2018, desde un enfoque feminista/de género. Cabe recordar que asumimos aquí las premisas de la epistemología feminista, tal como señalamos en el capítulo 5: “Marco Teórico- Metodológico. Caja de herramientas”.

A partir de una metodología de investigación cualitativa, examinamos los mensajes y consignas desplegados, enunciadores/as y destinatarios/as, componentes del discurso, formatos discursivos, estrategias de incidencia y valores de interacción en redes sociales, entre otros recursos específicos de cada instancia de análisis.

El corpus seleccionado se corresponde con cinco momentos claves de 2018:

1) La presentación del 7mo proyecto de ley IVE elaborado por la *Campaña* en el Congreso, el 6 de marzo de 2018. Analizamos los posteos realizados por la *Campaña* en su cuenta de *Twitter*.

2) Las disertaciones en Comisiones de Diputados, del 10 de abril al 31 de mayo. Examinamos en líneas generales las publicaciones realizadas por la *Campaña* en dicho periodo en su cuenta de *Twitter* y, además, seleccionamos cuatro voces expositoras, correspondientes a las siguientes áreas de representación: medicina, derecho, activismo y

testimonios. El análisis de dichas disertaciones se extrae completa y textual de la cuenta de *Youtube* de la *Campaña*.

3) El debate y aprobación del proyecto de ley en la Cámara de Diputados, el 13 y 14 de junio. Realizamos un análisis global de los posteos de la *Campaña* en *Twitter* durante las largas horas de debate y un análisis detallado de las exposiciones realizadas por el o la representante de cada bloque partidario, al cierre de la mismas, previo a la votación final. Dichas exposiciones se extraen completas y textuales de la cuenta de *Youtube* de la Cámara de Diputados de la Nación.

4) Las disertaciones en Comisiones de la Cámara de Senadores, del 10 al 18 de julio de 2018. Elaboramos una síntesis de todos los posteos realizados por la *Campaña* en dicho periodo en su cuenta de *Twitter*. Seleccionamos para un análisis cualitativo específico a cuatro voces expositoras, una por cada una de las siguientes áreas de representación: medicina, derecho, activismo y testimonios, extraídas de manera completa y textual de la cuenta de *Youtube* de la *Campaña*. Asimismo, incorporamos un tercer insumo de análisis en esta instancia: cuatro microinformativos audiovisuales elaborados por la *Campaña*, con datos y fragmentos de lo expuesto por algunos/as de los/as disertantes en esta etapa, disponibles en su cuenta de *Youtube*.

5) El debate, votación y desaprobación del proyecto en la Cámara de Senadores, el 8 y 9 de agosto. Nuevamente desarrollamos un análisis global de los posteos de la *Campaña* en *Twitter* durante las largas horas de debate y un análisis detallado de las exposiciones realizadas por el o la representante de cada bloque partidario, al cierre de la mismas, previo a la votación final. Dichas exposiciones se extraen completas y textuales de la cuenta de *Youtube* de la Cámara de Senadores de la Nación.

Análisis de los momentos claves

6.1 Presentación del 7mo proyecto de ley de la Campaña en el Congreso Nacional

El 6 de marzo de 2018 la *Campaña Nacional por el Derecho al Aborto* presentó en el Congreso el séptimo Proyecto de Interrupción Voluntaria del Embarazo. En torno a ello, comunicó en sus redes sociales las acciones y declaraciones que se llevaron adelante durante la jornada, tanto en Buenos Aires, como en otras provincias y ciudades del país. Podemos adelantar que, en este primer momento de análisis, la estrategia de incidencia fundamental de la *Campaña* consistió en visibilizar y concientizar sobre el reclamo por el derecho a decidir, así como generar consenso entre los y las legisladoras sobre la necesidad de dar debate a esta problemática de elevado interés nacional.

Encontramos en *Twitter* en esta fecha 42 posteos, la mayoría de ellos publicados durante la mañana, mientras se argumentaba y defendía la necesidad de que el proyecto

presentado fuera debatido y votado por los y las legisladoras antes de perder estado parlamentario (como los seis precedentes).

A modo de organización para este análisis, podemos señalar que las publicaciones de este primer momento giraron en torno a los siguientes formatos y objetivos:

→ 16 posteos integrados sólo de texto, cuya finalidad consistió en informar sobre las declaraciones que se brindaban en el interior del Palacio del Congreso de la Nación, por parte de integrantes de la *Campaña* y diputadas firmantes del proyecto, de distintos espacios partidarios.

→ 15 posteos compuestos por una o más fotografías o video de la convocatoria dentro del Congreso o en las calles aledañas dirigidos a visibilizar la cantidad y diversidad de personas presentes y a favor del proyecto IVE (distintos géneros, edades, espacios de pertenencia, etc), así como su potencia (la marea verde, inundando todas las imágenes). Y también con el objetivo de invitar a las personas a sumarse a las actividades, en forma presencial en distintos puntos del país (algunos acompañados de links de eventos o flyers) y, en algunos casos, también virtualmente.

→ 9 posteos que apuntan directamente a la ciberacción, mediante el link de *Facebook Live* de la *Campaña* para seguir en vivo la transmisión de la presentación, consignas y *hashtag* para visibilizar el momento y exigir el tratamiento del proyecto IVE que se está presentando, link de *Facebook* de la *Campaña* con cobertura fotográfica de la jornada para compartir o link de notas periodísticas, en este caso de medios extranjeros, que abordan la importancia de la presentación y la necesidad del debate de este proyecto.

→ 2 posteos puntuales y diferentes que son publicados en esta jornada pero podrían haberse realizado otro día. El primero se trata de un retuit de un video de una activista adolescente, en el cual canta una versión de rap propia, sobre una historia de embarazo no deseado y la importancia de contar con el derecho a decidir legalizado. El segundo corresponde a la invitación a sumarse a marchar para el #8M junto a la *Campaña*, para lo cual se comparte el link de un evento de la cuenta de *Facebook* de la *Campaña*.

Es necesario destacar que esta clasificación no es estática y, en algunos casos, advertimos que la finalidad de algunos posteos se enmarca en más de uno de los objetivos plasmados.

Atendiendo a la voz enunciativa de estos posteos, observamos que la mayoría de los mismos (37) son generados por la propia *Campaña Nacional*, a través de las integrantes responsables de administrar dicha cuenta. Para ello realizan un seguimiento de los dichos y declaraciones realizadas en el interior del Palacio del Congreso de la Nación durante la presentación, citando la voz de integrantes de la *Campaña* como Martha Rosemberg, Celeste Mac Dougall, Analía Bruno y Silvana Guidobaldi, así como diputadas de distintos partidos, firmantes del proyecto, como Victoria Donda, Araceli Ferreyra, Romina Del Pla y

Nathalia Gonzalez. También comparten fotografías y videos que ilustran la convocatoria generada en el interior y el exterior del Congreso, con motivo de la histórica presentación, sumando en algunos casos la invitación a participar presencialmente en ellas o a activar virtualmente, en torno a las consignas de la *Campaña* o de *hashtag* establecidos.

En 3 de los posteos restantes, la voz enunciativa pertenece también a la *Campaña*, pero en este caso, a sedes regionales de la misma, que convocan o visibilizan acciones y actividades en Tucumán, Córdoba y Olavarría. En tanto que las dos restantes corresponden al retuit de contenidos producidos por activistas que mencionan a la *Campaña*. La periodista y militante Soledad Vallejos, que cubre desde el recinto de Diputados en el Congreso el festejo y los cánticos por el cierre del acto de presentación del proyecto, y el video musical generado por la usuaria Cecilia Montoya.

Respecto a qué destinatarios/as se dirigen estas publicaciones, encontramos mayoritariamente dos tipos de posteos. En primer lugar, 20 posteos se dirigen a la marea verde, personas, activistas, quienes militan y acompañan los reclamos y acciones comunicacionales de la *Campaña* (prodestinatarios) y también a personas que aún no tienen una posición definida o cerrada sobre la legalización del aborto y, puntualmente, sobre la necesidad urgente de abordar el proyecto que se está presentando en el Congreso, prontamente (paradestinatarios). Se trata de las publicaciones que exhiben la convocatoria existente alrededor del Congreso y en su interior, mediante fotografías, así como aquellas que invitan a sumarse a las calles y las redes, para apoyar esta presentación. En segundo lugar, 20 posteos se dirigen a estos/as usuarios/as indecisos/as (paradestinatarios). Se trata de las publicaciones que presentan las declaraciones vertidas en el interior del Palacio del Congreso de la Nación, a favor del pronto tratamiento del proyecto presentado, por parte de integrantes de la *Campaña* y diputadas firmantes, así como aquellas que consignan algún link del abordaje mediático llevado a cabo sobre la temática. En ambos casos, la intención consiste en argumentar y convencer a todos los públicos de la importancia y la urgencia de su debate. Es decir, si bien no se dirige puntualmente al público opositor al proyecto (contradestinatario), no se trata de posteos para el *ghetto*, sino que claramente están dirigidos más allá del prodestinatario. Finalmente, las dos publicaciones restantes podemos enmarcarlas como dirigidas a todo tipo de público: pro/para y contradestinatario. Se trata del link para seguir la transmisión en vivo (por *Facebook*) de la presentación del proyecto y el link e imagen de Trending Maps que da cuenta de que el *hashtag* #abortolegalya es tendencia en Argentina, aunque la plataforma *Twitter* no lo consigne aún (al momento de la publicación).

En cuanto al análisis de los componentes de cada posteo destacamos como recurrente en todas las publicaciones el *hashtag* #AbortoLegalYa que se constituye ese día en tendencia nacional. Con menor presencia, también se presenta en varias ocasiones el

hashtag #AhoraEsCuando. En ambos casos, estos elementos discursivos responden, a modo de consigna, a una estrategia de comunicación para la incidencia en redes sociales orientada, principalmente, a informar/visibilizar la presentación del séptimo proyecto IVE de la Campaña y concientizar sobre la necesidad de su abordaje y debate en el Congreso.

Otros *hashtag* que encontramos son: #PorEllasYPorNosotras, donde “ellas” alude a las adolescentes (las pibas) que militan la legalización al aborto en las calles y “nosotras”, las activistas más adultas, integrantes de la *Campaña* y otros espacios de los feminismos argentinos. También se usa #Córdoba y #Tucumán en posteos que aluden a actividades y convocatorias en dichas provincias y, finalmente, #8M para invitar a movilizarse junto a la *Campaña* en dicha fecha, en CABA.

A estos *hashtag* se suman diferentes elementos discursivos que anclan cada posteo a una intencionalidad más concreta, determinando una estrategia de comunicación para la incidencia más específica, según dicha composición. Señalamos primero las estrategias encontradas y, luego, los componentes que las constituyen y posibilitan.

En primer lugar, observamos 17 publicaciones que responden a dos estrategias de comunicación para la incidencia concretas: 1) Concientizar mediante argumentos sólidos y concretos; 2) Generar consenso a favor de la legalización del aborto entre los/as legisladores/as presentes.

Entre ellos, la mayoría utiliza como componente discursivo a la mención, recurso que consiste en el signo @ seguido del nombre de usuario de alguien: por ejemplo @campabortolegal, para el caso de la *Campaña*. En 14 posteos se hace uso de la mención para citar los dichos de las expositoras en el interior del Congreso y, en otro, para mencionar la autora del retuit de un video de una joven activista que canta un rap a favor de la legalización del aborto. Con dicho recurso, se habilita el diálogo con la cuenta/usuario correspondiente y, también, una mayor retroalimentación en el retuit, la cita y los comentarios y respuestas. En otras dos publicaciones se alude a quien expresa la frase entrecomillada posteriormente, pero sin apelar al recurso de la mención.

Junto con este elemento, observamos en estos posteos otros dos componentes significativos: adjetivaciones y palabras valorativas, a favor de la legalización del aborto y fotografías que acompañan o ilustran los dichos y declaraciones. Estas últimas son escasas en estos posteos, ya que la mayoría de ellos sólo presentan texto. Observamos 4 fotografías que exhiben un recinto colmado de mujeres con pañuelos y vestimenta verde, atentas a la presentación del proyecto y las exposiciones, una fotografía de jóvenes militantes en el exterior (ilustrando los argumentos que aluden a las adolescencias y niñeces) y otra que muestra los alrededores del Congreso con alta convocatoria de personas, pañuelos y pancartas.

Entre las palabras y expresiones valorativas de estos posteos, encontramos varias enfocadas en las adolescentes y niñas: “Ni una adolescente menos”, relacionada a la potente consigna #NiUnaMenos; “dejar de estigmatizar a las adolescentes y sus embarazos”, “deseo de alumnas libres”, “pibas que quieren tener la libertad para decidir sobre sus cuerpos”, destacando a las adolescentes como sujetas de derechos; “obligan a parir a nenas de 10 años”, “hay que terminar con la hipocresía de los mal llamados pro vidas”, aludiendo a niñas y adolescentes constantemente vulneradas en sus derechos sexuales.

Otro eje sobre el que giran estas adjetivaciones y expresiones valorativas es la clandestinidad de la práctica abortiva y sus consecuencias: “Esta ley tiene el nombre de todas las mujeres que murieron por abortos clandestinos e inseguros, como María Campos”; “3.030 mujeres condenadas a muerte por abortos clandestinos desde el retorno de la democracia”, “la clandestinidad del aborto es un delito de género”, el estado como “garante del derecho a la salud”.

Finalmente, otras de las frases a destacar entre los argumentos consignados en estos posteos se enfocan en datos de la ciencia médica respecto del uso del misoprostol como un método seguro de interrupción del embarazo: “el legrado cuando es un método peligroso”, “misoprostol, mifeprestona y aspiración endouterina, dado los riesgos del legrado”; así como de la necesidad de generar “producción pública de misoprostol” para garantizar que “nuestras vidas no estén sujetas a los negocios de un laboratorio”.

Otro grupo compuesto por 24 publicaciones giran en torno de las dos estrategias de comunicación para la incidencia siguientes: 1) Visibilizar la amplia y diversa convocatoria y apoyo al proyecto; 2) Presionar/convencer de la urgencia de tratar el proyecto en el Congreso. Dentro de estas publicaciones, 5 posteos también presentan entre sus estrategias de incidencia: 3) Convocar a participar de acciones activistas en las calles o las redes sociales.

Dentro de este conjunto de posteos se utilizan como componentes del mensaje una combinación de fotografías o videos, consignas, adjetivación y frases valorativas, emojis y/o links.

En 12 posteos se presentan fotografías que ilustran la amplia convocatoria que sucede dentro y fuera del Congreso, acompañando y apoyando la séptima presentación del proyecto de la *Campaña*. Se exhiben en las imágenes personas de distintas edades, hombres, mujeres, disidencias, banderas y pancartas de distintas agrupaciones, colectivos, espacios y organizaciones, carteles con consignas, frases, *hashtag*. Las fotografías se encargan de visibilizar la cantidad y diversidad de sectores que apoyan y exigen el tratamiento de este proyecto ley. Hacen foco en la “marea verde”. En algunos casos, también invitan a sumarse al evento en la puerta del Congreso, en algunos otros puntos del

país o a acciones y *hashtag* en redes sociales. Y se suma a los objetivos de estos posteos, una publicación, retuit del video subido a su cuenta por una periodista, donde se evidencia el acalorado festejo de cierre de la presentación en el interior del Congreso, con pañuelos, cánticos y consignas clásicos de la *Campaña*: “Ahora que sí nos ven, abajo el patriarcado se va caer, se caer, arriba el feminismo q va a vencer, vencer”.

Otras 6 publicaciones de este grupo exponen links para consultar. Algunos redireccionan al perfil de Facebook de la *Campaña*, donde se han compartido fotografías de la jornada o algún evento invitando a actividades en el marco de la presentación, en alguna ciudad del país. También se observan tres casos en los que se consignan notas y coberturas de medios locales e internacionales sobre la significativa presentación.

Además, una sola publicación se presenta acompañada de un flyer, invitando a una actividad a llevarse a cabo esa tarde en Olavarría. Y 4 posteos exhiben solo texto y algunos emojis (altavoz, nota musical, corazón verde, brazo fuerte en lucha), siendo su fortaleza en el discurso las expresiones valorativas/consignas, tales como: “Todas juntas”, “te copamos el Congreso”, “Aborto Legal en el hospital”, “Anticonceptivos para no abortar y aborto legal para no morir”, “Las calles, las redes y el Congreso son nuestrxs”, “queremos la ley de IVE”, “Exigimos la Ley de IVE”.

Vale señalar que las adjetivaciones y expresiones valorativas de este conjunto de 24 publicaciones giran en torno a la importancia de la séptima presentación del proyecto de ley de la *Campaña*: “6M histórico”; destacar la amplia convocatoria que apoya esta instancia: “Somos cientos adentro y afuera!!!”, “71 firmas acompañan nuestro proyecto”, “cientos bancando dentro y miles afuera”, “Las compas siguen en la calle agitando por el #AbortoLegalYa, el Congreso lleno adentro y afuera”; la invitación a sumarse a las acciones de apoyo al proyecto de ley: “Venite a bancar al Congreso!!!”, “Sigue el agite afuera del Congreso! Y en las redes con #AbortoLegalYa! Sumate!” y, finalmente, la búsqueda del compromiso del Poder Legislativo con el tratamiento del mismo: “Ahora es el turno de lxs legisladorxs de votar por nuestro derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito”.

Por último, encontramos 3 posteos concretos cuya estrategia de comunicación para la incidencia consiste en viralizar en el espacio online las consignas y el mensaje de la *Campaña*, de manera de evidenciar un alto grado de consenso social y, así, persuadir sobre la urgencia del tratamiento del proyecto presentado en el Congreso. Para ello utiliza como componentes del discurso una publicación con el link de la transmisión en vivo, mediante *Facebook*, de la presentación del proyecto en el interior del Congreso; la imagen de *Trending Maps* que da cuenta de que el *hashtag* #AbortoLegalYA es tendencia en el país, mientras *Twitter* aún no lo informa entre las tendencias nacionales y, finalmente, el retuit del video de Cecilia, una activista adolescente que interpreta un rap sobre un caso de embarazo no deseado y el pedido de legalizar el aborto.

Finalmente, presentamos un rápido análisis respecto de los valores de interacción en dichas publicaciones ya que, al realizarse en el presente, no podemos conocer con exactitud los números exactos obtenidos esa jornada puntual. Sin embargo, en esta red donde las publicaciones se suceden con tanta celeridad y cantidad, no es una práctica cotidiana de sus usuarios/as buscar viejos posteos e interactuar con ellos. Consideramos, entonces, que los valores que consignamos a continuación, no distan mucho de los que resultaron al finalizar el 6 de marzo de 2018. De estos datos, rescatamos las siguientes conclusiones: de las 42 publicaciones, solo 2 no presentan ningún *retweet* (RT) y 10 superan los 50 RT. Las piezas con más *retweets* corresponden a 158 RT en un posteo compuesto de cuatro fotografías que ilustran la convocatoria y un texto que la describe; seguido de 131 RT al posteo que cita las declaraciones de la diputada por Corrientes, Araceli Ferreyra, quien alude a “la hipocresía de quienes se hacen llamar provida” y “obligan a a parir a nenas de 10 años”.

Respecto de los me gusta/*Like* (recurso de interacción más sencillo y más utilizado por los/as usuarios/as en todas las redes sociales), los 42 posteos cuentan con ellos. El posteo que menos cantidad de me gusta presenta, contiene 3. Y entre los máximos, se encuentran las mismas publicaciones consignadas con mayor cantidad de *retweets* en el párrafo anterior: 407, para el posteo compuesto de cuatro fotografías que ilustran la convocatoria y 240 me gusta en la publicación correspondiente a los dichos de la diputada Ferreyra. Por último, con 225 me gusta, el posteo que destaca que tras la presentación del proyecto: “Ahora es el turno de lxs legisladorxs de votar por nuestro Derecho al Aborto Legal Seguro y Gratuito” que exhibe una representativa foto con el cartel de “Yo voto aborto legal” con la cúpula del Congreso detrás.

Otro de los valores de interacción que se encuentra en algunos posteos, mucho menos frecuente en el uso de usuarios/as, son las citas de *Tweets*. En este caso, 27 posteos incluyen un mínimo de 1 cita de *Tweets* hasta un máximo de 17 citas del *Tweets* donde la *Campaña* retuitea el video de la periodista Soledad Vallejos, con cánticos y festejos al finalizar la presentación en el interior del Congreso y 19 citas del *Tweet* que más *retweets* y me gusta obtuvo (fotos cobertura de la convocatoria).

Los valores de interacción señalados se consideran, en la mayoría de los análisis, como incidencia positiva en redes ya que generalmente un/a usuario/a me gusta, retuitea o cita un *Tweet* cuando adhiere a él (en un muy bajo porcentaje, la cita o el *retweet* se utiliza para contraargumentar ya que conlleva llevar tráfico, y por tanto, dotar de mayor visibilidad al posteo original). Sin embargo, el valor de interacción que mejor permite expresar una posición antagónica al mensaje formulado en un *tweet*, son los comentarios. En este caso, sólo se encuentran comentados 10 publicaciones y, entre ellos, la mayoría ataca el proyecto de ley, a su gratuidad, a las militantes, a las adolescentes, a las legisladoras y/o partidos

que lo apoyan. Dentro de la minoría de los comentarios, algunos apoyan el proyecto y sus militantes, otros simplemente suman información o argumentos a favor de la legalización.

Para concluir con los valores de interacción, señalamos uno que solo se mide en el caso del uso de videos. Los dos *tweets* que consignan videos en esta jornada cuentan con altos índices de reproducción de los mismos. 102,9 mil reproducciones en el video de la joven activista que canta un rap a favor del proyecto IVE y 12,4 mil reproducciones del video del final de la presentación del proyecto dentro del recinto del Congreso.

Cerramos esta primera instancia de análisis destacando la elevada cantidad de posteos llevados adelante durante el 6 de marzo de 2018. Asimismo, se observa un eficiente trabajo de comunicación para la incidencia a partir de los diversos componentes del discurso desplegados al servicio de estrategias de comunicación muy apropiadas para esta instancia: visibilizar el proyecto y sus objetivos, concientizar y generar consenso social sobre la necesidad de su urgente tratamiento, presionar y convencer a legisladores/as para tratar el proyecto en el Congreso prontamente.

Observamos, en esta primera etapa de análisis, el modo en que la *Campaña* batalla en el campo de la producción social del sentido, mediante las estrategias de comunicación mencionadas y sus componentes discursivos (expresiones valorativas, consignas/*hashtag*, fotografías), para instalar el signo “aborto”, largamente silenciado y cargado de significación negativa en el discurso público, como una necesidad urgente de las personas gestantes y de una sociedad en democracia: “Ahora que sí nos ven”, #AbortoLegalYa, #AhoraEsCuando, “Yo voto aborto legal”, “queremos la ley de IVE”.

Nos detenemos, en este punto, a analizar el valor de estos *hashtag* (que se reiteran e instalan en el resto de los momentos que iremos observando), ya que rescatan las consignas y luchas históricas de la *Campaña* y de los movimientos de mujeres en Argentina. Por una parte, esto se evidencia en el anclaje temporal #AbortoLegalYa y #AhoraEsCuando, los cuales recuperan toda la historia de la militancia feminista por los derechos sexuales y (no) reproductivos y, especialmente, el aborto. La potencia de estos *hashtag*, que se sostienen a lo largo de todos los momentos de análisis de este año y también de 2020, es recalcar que el tiempo histórico está del lado del derecho a decidir de las personas gestantes. #AhoraEsCuando, ahora que la *Campaña* se hizo marea, ahora que las pibas son parte fundamental, ahora que el aborto es tema de agenda y que cierto consenso social presionó el sistema político a dar lugar al debate parlamentario. #AbortoLegalYa!, en reconocimiento de las décadas de militancia que bregaron por visibilizar el derecho a decidir, las consecuencias de la clandestinidad y que permiten llegar a 2018 y decir “es ya”, “es ahora”, es urgente.

En tanto que, #PorEllasYPorNosotras pondera el valor de la alianza intergeneracional de la *Campaña* y la lucha por la legalización del aborto. Incluye a las pioneras de la lucha y a las pibas que se suman a la marea en el presente, pero también habla de las que murieron por

prácticas clandestinas (ellas, las que ya no están), las que fueron imputadas, apresadas, señaladas y/o violentadas por interrumpir un embarazo no deseado fuera de la ley y suma a las que vendrán y, por distintas circunstancias, deban apelar a una IVE.

En la misma línea de sentido señalada con estos *hashtag*: 1) la urgencia/pertinencia del debate y aprobación de la ley; 2) la potencia de la marea, que exhibe consenso social y una lucha que no se detendrá hasta alcanzar la normativa, se encuentran nuevos cánticos (o versiones actualizadas de algunos viejos) que mencionamos previamente, tales como: “Ahora que estamos juntas, ahora que sí nos ven, abajo el patriarcado se va a caer, se va a caer, arriba el feminismo q va a vencer, que va a vencer”.

Por último, estos *hashtag* presentan una estrategia de comunicación para la incidencia hacia el interior de la *Campaña* y los movimientos de mujeres, y también para el resto de los sectores de la sociedad que, por afinidad política y/o ideológica (perspectiva de derechos humanos) pueden sumarse a la causa. Están destinados a crear refuerzo y potencia.

En términos de Bajtin, estos *hashtag* están doblemente destinados. En primer lugar, con la militancia del presente, la genealogía de la lucha por la despenalización del aborto (con sus pioneras presentes y ausentes) y también con las muertas por abortos clandestinos. En segundo lugar, con figuras públicas, políticos/as y la ciudadanía afín a la defensa y ejercicio de los derechos humanos.

En esta instancia, la *Campaña* brega en la “arena de combate” por la construcción de sentido, por visibilizar que en el discurso social no existe un posicionamiento único, en contra de la legalización del aborto, sino que también amplios y diversos sectores de la sociedad lo reconocen como un derecho sexual y reproductivo básico para las personas gestantes, negado por el Estado: “Somos cientos adentro y afuera!!!”, “71 firmas acompañan nuestro proyecto”, “cientos bancando dentro y miles afuera”, “Todas juntas”, “te copamos el Congreso”, “Las calles, las redes y el Congreso son nustrxs”.

Asimismo, la *Campaña* sostiene dentro de las valoraciones en disputa respecto del aborto, la responsabilidad del Estado de las consecuencias de las prácticas clandestinas y de la urgencia de una respuesta: “3.030 mujeres condenadas a muerte por abortos clandestinos desde el retorno de la democracia”, “la clandestinidad del aborto es un delito de género”, el estado como “garante del derecho a la salud”, “Aborto Legal en el hospital”, “Anticonceptivos para no abortar y aborto legal para no morir”, “Ahora es el turno de lxs legisladorxs de votar por nuestro derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito”.

6.2 Disertaciones en Comisiones de la Cámara de Diputados

Del 10 de abril al 31 de mayo de 2018 se presentaron ante las cuatro comisiones encargadas de debatir en plenario (comisión de Legislación General; Familia, Legislación

Penal y Salud), disertaciones a favor y en contra del proyecto de interrupción voluntaria del embarazo presentado por la *Campaña*, los días martes y jueves. La *Campaña* los bautizó #MartesVerdes y #JuevesVerdes.

En este segundo momento de análisis encontramos, entonces, que la comunicación de la *Campaña*, realizada puntualmente en *Twitter*, se construye a partir de la estrategia central de la *comunicación para la incidencia* con el fin de alcanzar la sanción inicial de la ley. Para esto se sirve de numerosas acciones comunicacionales con mensajes y formatos concretos, componentes discursivos y destinatarios/as estudiados.

Entre las publicaciones observadas en este periodo, la *Campaña* se encarga de exhibir la alta convocatoria de cada martes y jueves verde, en las zonas aledañas al Congreso y rincones públicos de todo el país; amplificar la voz de las y los expositores y sus argumentos en el recinto del Palacio del Congreso de la Nación y dar cuenta del consenso social alcanzado por el proyecto (mediante múltiples adhesiones de diversos espacios y profesionales de todo el país y el mundo, coberturas periodísticas, manifestaciones de pañuelos verde en escenarios, escuelas secundarias de Buenos Aires tomadas por sus estudiantes, etc).

Para cada uno de estos objetivos utiliza múltiples formatos y se dirige a distintos públicos destinatarios. Mediante fotografías y videos breves ilustra diversos escenarios donde se hace lectura de comunicados, se presentan músicos/as, poesía y literatura; carpas, radio abierta, exposiciones artísticas, pañuelazos, cánticos, abrazos, mateadas y encuentros verdes en las puertas del Congreso nacional y en diversas ciudades del país y el mundo. En estos posteos se dirige, fundamentalmente, a prodestinatarios, personas a favor del proyecto IVE, que suman con su *like*, su *retweet* o sus comentarios. Por otra parte, utiliza textos, videos, *flyer* y fotografías con los comunicados y adhesiones de sectores de profesionales, estudiantes, universidades, asociaciones, organizaciones, sindicatos, colectivos y demás espacios de la sociedad civil (que en muchos casos se comparten mediante *retweet* del posteo de la cuenta de dicho espacio). También publica notas periodísticas (con el *link* correspondiente) o fragmentos de videos de programas de tv donde se aborda la temática, citando voces y argumentos a favor de la legalización del aborto expuestos ante las Comisiones de Diputados (y en otros casos, no), así como otras con análisis, datos estadísticos y comparativos u opinión. En la misma línea, se postean *spots* producidos por diversos sectores, principalmente el colectivo de Actrices Argentinas, que relatan casos de abortos clandestinos y sus consecuencias. Hacia finales de mayo, cuando se establece como fecha de debate en la Cámara de Diputados el 13 de junio, se publica diariamente una placa de conteo de los días restantes, con fondo verde y el *hashtag* utilizado por esos días en todos los posteos (al estilo de Crónica Tv). Con estos formatos y mensajes se dirige a paradestinatarios. Es decir, audiencias indecisas, que se encuentran

en búsqueda de respuestas y argumentos que le posibiliten definir su posicionamiento a quien la *Campaña* busca convencer mediante estos argumentos.

En el caso puntual de la cobertura de las disertaciones presentadas ante Comisiones, realiza un seguimiento en vivo de cada martes y jueves verde. El 10 de abril, primer martes verde, solo difunde la gran cantidad de actividades que se llevan a cabo en el exterior del Congreso, sin consignar publicaciones que citan las disertaciones en el Palacio del Congreso. A partir del jueves 12 de abril cubre muchas de las exposiciones con una fotografía de quien argumenta, junto con texto donde se menciona su nombre, acompañado en algunos casos de su usuario y su profesión, junto a un fragmento de sus dichos. A veces se apela al hilo (recurso donde se comenta el comentario inicial y el siguiente, en cadena, de manera de generar una secuencia de los dichos de la misma persona), para continuar destacando sus argumentos. Con esta metodología, la *Campaña* publica entre 7 y 20 exposiciones por martes o jueves de este periodo, lo cual deja a muchas de estas expresiones fuera de la red. No obstante, estas intervenciones son presentadas también a través de otros dos formatos.

Desde el mismo 10 de abril, la *Campaña* elabora un microinformativo en el cual, en menos de 2.20 minutos, sintetiza algunos de los argumentos expresados durante los martes y jueves verde, junto a un breve análisis. Durante esta etapa, la *Campaña* produjo 15 microinformativos, uno por cada una de las 15 jornadas de disertaciones (en algunos casos se elaboraron en dos partes). La otra manera en la que se da visibilización y espacio a los múltiples argumentos desplegados en estos martes y jueves verdes es compartiendo la exposición completa de algunas de las muchas voces que se presentaron en Comisiones, subidas individualmente en la cuenta de *youtube* de la *Campaña*. Dichas exposiciones se presentan entre las jornadas de audiencias, con el *hashtag* #SeDiceEnElCongreso y datos de quien diserta: nombre, profesión y fragmentos de su declaración.

Este *hashtag*, en tanto, utiliza como voz enunciadora a los y las expositoras a favor de la ley y se enfoca en datos, frases potentes, cuestionamientos al sector opositor. Con este *hashtag* la *Campaña* busca dar visibilidad de la gran variedad de sectores y profesionales que afirman la necesidad de sancionar la ley y, especialmente, dotar de pertinencia y legitimidad a dichas voces (por eso detalla su nombre y profesión) y, con ello, a sus argumentos (que son los argumentos de la *Campaña*). El objetivo de esta estrategia comunicacional consiste en dar cuenta del consenso alcanzado en el debate y, con él, persuadir a sus paradesinatarios. Asimismo, se dirige a sus contradestinatarios. En la arena de combate que es el debate mismo, disputa el sentido mediante numerosas y variadas voces de profesionales y voces testimoniales que recuperan y fortalecen sus argumentos históricos y contemporáneos. Los argumentos de las pioneras, de las militantes de hoy, de las pibas, de los y las profesionales que acompañan prácticas de interrupción

legal de embarazos en los hospitales con éxito y seguridad para las pacientes. #SeDiceEnElCongreso se transforma en el triunfo de la Campaña de lograr una de sus primeras estrategias de incidencia: instalar el tema en el discurso social y, principalmente, en el ámbito legislativo.

En total, se publican de esta manera 74 disertaciones correspondientes a las jornadas 1 a la 14. No hay archivo de las exposiciones del día 15 en la cuenta de *youtube* de la *Campaña*.

Todos los posteos de las disertaciones, en sus distintas modalidades, se dirigen principalmente a paradesinatarios y contradestinatarios, dado que el objetivo es disputar sentido con los sectores de la sociedad que dudan o se niegan al proyecto IVE. Podemos consignar, entre ellos, posteos que citan dichos de algunos/as expositores/as. Es el caso del *tuit* que presenta, en hilo, las palabras del filósofo Darío Sztanjnyszrajber: "Una mujer que no decide sobre su propio cuerpo es una ciudadana de segunda", agrega #LegalizacionAbortoYa #AbortoLegalYa #YoVotoAbortoLegal" (@Campabortolegal, 17 de abril, 15.21H). Otro ejemplo corresponde al *tuit* que formula: "Estos son los 'instrumentos quirúrgicos' con los que las pobres abortamos: agujas de tejer, perejil, sondas" Eva Mieri #AbortoLegalYa #MiPañueloVerde", junto a la fotografía de la expositora que expresa dichas palabras, con una rama de perejil en una mano y una aguja de tejer en la otra (@Campabortolegal, 29 de mayo de 2018, 19.38H).

La *Campaña* también invita a sus prodestinatarios a difundir el material para maximizar su alcance, además de viralizar los *hashtag* que, a modo de consigna, determina para cada martes y jueves verde. Algunos ejemplos de ello son la publicación que relata: "Otro Martes verde! Seguiremos en las calles, en el Congreso y en todo el país hasta que sea ley! #LegalizacionAbortoYa #AbortoLegalYa", junto a cuatro fotografías de convocatorias en distintos puntos del país (@Campabortolegal, 17 de abril de 2018, 21.38H). En el mismo sentido, el 30 de mayo, la *Campaña* publica: "El jueves 31 de mayo terminan las exposiciones informativas en el Congreso y sale *tuitazo* #YoVotoAbortoLegal de 15 a 17hs. Sumate al jueves verde en las calles y en las redes!", junto a los emojis corazón verde y puñito cerrado y un *flyer* con datos de la convocatoria y el *hashtag* (@Campabortolegal, 31 de mayo, 11,30H).

Dentro de los componentes discursivos de los posteos de este periodo merece un análisis destacado la minuciosa elaboración de *hashtags* que diseñó la *Campaña*, día a día, reforzando los principales argumentos en defensa de la legalización del aborto que los y las disertantes iban presentando en las jornadas ante las comisiones en Diputados. Es principalmente a través de estas consignas que se observa la comunicación para la incidencia de la *Campaña*, batallando por instalar sus argumentos y sentidos respecto de la importancia de legalizar la interrupción voluntaria del embarazo.

En primer lugar, podemos mencionar, al popular #AbortoLegalYa (cuya relevancia señalamos en la instancia previa de análisis) y otros *hashtags* que funcionaron como recursos de color o denominadores de momentos o secciones de cobertura comunicacional, tales como #MartesVerdes, #JuevesVerde, #Pañuelazo y #SeDiceEnElCongreso. Por otra parte, señalamos a continuación los *hashtags* más potentes, mediante los cuales la *Campaña* disputa sentido, contraargumenta significaciones instaladas en el discurso social respecto del aborto, en esta etapa. Comenzamos con #AbortoLegalEsVida, que se utilizó al inicio de las disertaciones, en las jornadas con alta presencia de profesionales de la salud y de la ciencia médica, así como en la semana en torno al 28 de mayo, Día Internacional de Acción por la Salud de las Mujeres. Con esta consigna/*hashtag*, la *Campaña* ataca la construcción de sentido hegemónica que liga de manera directa los conceptos aborto y muerte, así como la autodenominación de los sectores conservadores y opositores a la ley como “provida”. De esta manera, la *Campaña* afirma “Aborto legal es vida” en posteos correspondientes a exposiciones que ponen en valor la vida de las personas gestantes; visibilizan situaciones de violencia, opresión, desigualdad y abuso sufridos por niñas, adolescentes y mujeres, resultantes de embarazos no deseados; cuestionan qué “vida” se defiende cuando se pone en riesgo la salud integral de quien gesta (y en muchos casos, del feto también), discuten sobre políticas públicas de salud sexual y reproductiva (tal como implementación efectiva de educación sexual integral, acceso a métodos anticonceptivos, producción pública y/o disponibilidad de misoprostol y mifepristona, atención profesional apropiada ante casos de interrupción legal del embarazo- ILE). En términos de Bajtín, este *hashtag*/consigna responde a un enunciado (discurso) doblemente destinado ya que se dirige, desde su producción, a dos públicos diferentes, simultáneamente. Por una parte, destinatarios del presente: diputados/as, profesionales de la salud, sector opositor a la legislación de la ley (especialmente aquellos/as que priorizan “la vida” del feto por sobre la de la persona gestante). Por otra parte, destinatarias del pasado: las muertas por abortos clandestinos. Asimismo, #AbortoLegalEsVida articula en el campo de disputa de sentidos, arena de combate en el decir del Círculo de Bajtín, con otras consignas/*hashtag* que encontramos presentes en esta instancia de análisis (y en posteriores), fortaleciendo la idea que vincula aborto legal con el concepto de vida y el de aborto clandestino con el de muerte. Se trata de una estrategia de mucha potencia ya que anula el principal argumento que sostiene el sector opositor.

Otra de las consignas planteada por la *Campaña* en esta instancia, a modo de *hashtag* en sus redes, es #AbortoNosotrasDecidimos. Mediante su uso, se da voz a sentidos silenciados respecto de esta práctica y a sus protagonistas: el aborto es un hecho real, cotidiano en la vida de las personas gestantes y su clandestinidad las expone a riesgos innecesarios, mas no lo evita. Esta consigna, entonces, acompaña los testimonios de

mujeres que abortaron, de profesionales de la salud, socorristas y abogados/as que acompañaron a personas gestantes en esta decisión y práctica, en adolescentes reclamando por su derecho a decidir y familiares de víctimas de abortos clandestinos o de un sistema de salud promotor de violencia institucional y obstétrica. Este *hashtag* se construye sobre una base fundamental: los derechos humanos de las mujeres. El derecho a decidir de las personas gestantes, bandera de los movimientos de mujeres durante décadas y eje clave de la genealogía feminista. Con el mismo, la *Campaña* reivindica toda la historia de lucha por la interrupción voluntaria del embarazo, el derecho a decidir y la autonomía de las mujeres y personas gestantes. Y, nuevamente, se trata de un signo doblemente destinado: a las mujeres que militan en el presente y a las del pasado: a las que lucharon por este derecho y a las que murieron o sufrieron las consecuencias de las prácticas clandestinas.

La *Campaña* también formula la consigna *#AbortoDeudaDeLaDemocracia* en las jornadas donde exponen, principalmente, profesionales de la ley, de distintas ramas (constitucional, penal, civil) y organizaciones de abogados/as, revisando la interrupción legal del embarazo (ILE), el fallo FAL y casos puntuales de penalización de personas gestantes con abortos clandestinos y espontáneos en curso. De esta manera, se discute contra la producción de sentido opositora y hegemónica, que afirma que el aborto es una práctica anticonstitucional o negada taxativamente por el marco legal de la Argentina. En este punto, la estrategia de la *Campaña* pone en discusión qué derechos habilita y qué derechos impide la democracia y, con ello, a qué sectores de la sociedad protege y a cuáles vulnera (enfocándose en las mujeres y, especialmente, a las pertenecientes a clases socioculturales más vulneradas). Rescata los derechos alcanzados en democracia: el voto, el cupo, la paridad; el divorcio, la patria potestad de los/as hijos/as; derechos políticos vinculados a la memoria, la verdad y la justicia. La democracia llega para saldar deudas con las personas en el marco de los derechos humanos. Sin embargo, sigue negando la autonomía sobre los cuerpos gestantes. Es deuda, es atraso, es negación de derechos humanos. Con *#AbortoDeudaDeLaDemocracia*, la *Campaña* se dirige en el presente a diputados/as, juristas y la ciudadanía en general, así como también a quienes han luchado durante las distintas etapas democráticas (y a quienes les costó la vida en etapas dictatoriales), la ampliación e implementación de derechos en la Argentina.

En mayo, la *Campaña* utiliza *#VivasYLibresAbortoLegal* para aglutinar numerosos y diversos argumentos de distintos sectores sociales: integrantes del colectivo, militantes de partidos políticos, periodistas, educadores/as, investigadores/as y científicos/as de distintas disciplinas, artistas, personas trans, psicoanalistas, trabajadoras sociales. Esta consigna se apoya en el *#NiUnaMenos* y los movimientos de mujeres en Argentina que históricamente y con mayor visibilidad desde 2015, luchan contra las distintas formas de violencia que se

ejercen sobre mujeres y cuerpos feminizados. #VivasYLibresNosqueremos acompaña y potencia a #NiUnaMenos y, en esta oportunidad, la *Campaña* lo une a “aborto legal”, enfrentando valoraciones negativas en torno a la interrupción voluntaria del embarazo y de sus causas y consecuencias reales: desinformación, violencia doméstica, violencia sexual, abuso, estigmatización, persecución religiosa y de sectores conservadores, vergüenza, miedos, violencia obstétrica y del sistema de salud, imputación, cárcel. La *Campaña* se encarga, de esta manera, de destacar que el aborto clandestino es un tipo de violencia específico que se ejerce sobre las mujeres y cuerpos gestantes.

Otra de las consignas a la que apela es a #AbortoLegalJusticiaSocial con la finalidad de instalar en las pugnas de sentido en torno a la legalización del aborto en el discurso social, cómo se articulan las desigualdades (de clase, de género, de etnia, de origen geográfico, etc) y las violencias, afectando con mayor intensidad y a más alto costo, a las personas gestantes de los sectores más oprimidos. En tanto, con #AbortoLegalMiDerecho, la *Campaña* recupera las voces de militantes feministas, profesionales de la salud que practican ILE en hospitales y clínicas de algunas regiones del país, socorristas, abogadas/os y psicólogos/as. De esta manera, cuestiona el sentido discursivo hegemónico que defiende el *status quo* y se niega a reconocer una problemática social real, cotidiana, que el Estado debe regular en lugar de ignorar, dificultar o impedir. Finalmente, a partir de la última semana de exposiciones y hasta el debate y votación en la Cámara de Diputados el 13 de junio, se insiste en la urgencia de sancionar la ley con el *hashtag* #YoVotoAbortoLegal, #AbortoLegalYa y #13JAbortoLegal.

Durante junio, mientras se define el dictamen de las Comisiones que escucharon todas las disertaciones, también se hace consigna el *hashtag* #AbortoLegalSinRestricciones, que tensiona algunas posturas que buscan sumar requisitos y trabas al derecho a decidir de jóvenes de entre 13 y 16 años y personas con discapacidad.

Por último, la disputa de sentido se evidencia en una potente consigna que desenmascara las siguientes valoraciones opuestas del signo: abortolegal/muerte, noabortolegal/salvemoslasdosvidas, construida y sostenida por los sectores hegemónicos. Con el *hashtag* #AbortoLegalOClandestino, la *Campaña* retoma la estrategia construida con #AbortoLegalEsVida e introduce, aún más explícitamente, una nueva pareja dicotómica en el discurso social. Advierte con ella que, de no legalizarse la práctica, el aborto continuará siendo real y concreto, solo que en las vulnerables condiciones que ofrece la clandestinidad: aborto clandestino es muerte y aborto legal es vida. La decisión de los y las diputadas recae sobre esos dos ejes y las consecuencias de ambos se argumenta en cada exposición que presenta dicho *hashtag*.

6.2.1 Disertaciones a analizar

Ante la cuantiosa cantidad de disertaciones expresadas en esta etapa, con reiteración de argumentos, seleccionamos para analizar en mayor profundidad, cuatro exposiciones. El criterio elegido consistió en optar por una voz por cada una de las áreas de representación con mayor reincidencia entre las disertaciones: activismo, derecho, medicina/ciencia y testimonios.

Seleccionamos entre las voces del activismo y la militancia a Martha Rosenberg, psicoanalista, integrante y una de las fundadoras de la *Campaña por el Derecho al Aborto*. Su intervención fue una de las que abrió el primer día de exposiciones, el 10 de abril. Durante esta jornada, como ya mencionamos, no se cubrieron las argumentaciones en el interior del recinto en la cuenta de *Twitter* de la *Campaña*, sino todo el movimiento y la convocatoria en las calles aledañas y el escenario “verde” montado para la ocasión.

Nos encontramos, entonces, con un único posteo en *Twitter* referido a la disertación de Rosenberg, el 14 de abril, a las 9.13 horas. Dado que se trata de una de las primeras exposiciones que se comparten de este periodo, se presenta acompañada de los *hashtag* #AbortoLegalYa y #YoVotoAbortoLegal, a diferencia de las subsiguientes, donde el *hashtag* identificador de esta sección es #SeDiceEnElCongreso. De hecho, esta publicación es muy particular ya que se realiza con texto (y los *hashtag* mencionados), el link de *Youtube* y un *flyer* compuesto por la fotografía de un pañuelazo y una frase de las manifestadas por la referenda de la *Campaña* en sus dichos ante comisiones. Tampoco se consigna un usuario correspondiente a Rosenberg ya que la misma no posee perfil en esta red social.

Martha Rosenberg, en tanto enunciadora, presenta una fuerte valoración en el discurso social: se trata de una reconocida profesional del ámbito médico, con mucha experiencia y trayectoria en la defensa de la autonomía de las mujeres y personas gestantes sobre su cuerpo. Invitada en universidades nacionales e internacionales, ha escrito numerosos artículos y aportes científicos y periodísticos sobre el tema, además de su propio libro autobiográfico titulado *Del aborto y otras interrupciones. Mujeres, psicoanálisis, política*. De la misma manera, participó en la redacción de la mayoría de los proyectos de ley presentados por la *Campaña* ante el Congreso de la Nación. Desde ese lugar se presenta ante las Comisiones en Diputados y argumenta a favor de la legalización del aborto. Dada la instancia y sus objetivos, se dirige principalmente a paradesinatarios/as y contradestinatarios/as. Es decir, diputados y diputadas que aún no tienen una posición acabada respecto del proyecto o se oponen a él.

La estrategia central de la comunicación para la incidencia de la *Campaña* en este periodo, como señalamos previamente, consiste en alcanzar la sanción inicial de la ley. En este caso, a través de la disertación de Rosenberg se disputa contra la producción de sentido del sector opositor que se presenta como “defensor de la vida” y pondera los

“derechos del niño por nacer”, por sobre los de la persona gestante. Para ello, Rosenberg cuestiona el sentido común sostenido hasta el momento que niega el derecho a decidir de las personas gestantes, un derecho básico de la ciudadanía de las mujeres. Entre las expresiones y frases valorativas, con las cuales critica las significaciones hegemónicas sostenidas, destacamos argumentos médicos y del psicoanálisis, que explicitan el valor primero de la vida de la persona gestante, como aquella que determina y posibilita, o no, la existencia real de la vida que se gesta: “el cuerpo, el embrión, en este caso, no es el sujeto. (...) Lo que humaniza al embrión es el deseo materno que anhela que ese embrión sea un hijo”; “la libidinización del embrión (...) es la significación afectiva que humaniza el cuerpo infantil y hace de una vida orgánica anónima, un ser humano al que se nombra y entra en relación con otros”; “Existe un niño por nacer cuando la mujer embiste su embarazo y decide que quiere que sea su hijo”.

Asimismo, se apoya en argumentos que cuestionan construcciones sociales y culturales hegemónicas que obligan a personas gestantes a cursar embarazos no buscados ni deseados al manifestar: “no decidimos sólo en base a nuestro deseo, sino en función de condiciones que juzgamos necesarias para poder criar un hijo”; “Las (personas) que resuelven voluntariamente interrumpir un embarazo que les resulte incompatible con su proyecto de vida y se responsabilizan, así, de una vida vivible para sí mismas y para quienes dependen de ellas”; “El niño que nace no es sólo un ya dado de la biología, ni mucho menos por la genética. Es una construcción cultural”.

Finalmente, batalla en la puja de sentidos del discurso social, exponiendo a la legalización del aborto como una deuda del Estado con las personas gestantes, respecto del derecho a la autonomía:

Impedir que el aborto voluntario sea legal es una forma de desalojar a las mujeres de ese poder y de ese privilegio de ser las creadoras y donantes voluntarias de la vida, las depositarias de la condición humana común a todo el mundo;
El proyecto (de la Campaña) abre espacios de implementación de políticas públicas que garanticen los derechos y la autoridad de las mujeres para gobernar sus vidas y valoriza su capacidad de transmitir valores de autonomía y creatividad cultural;
Legitimar el derecho de las mujeres a una maternidad voluntaria y no imponerla como obligatoria, sin su consentimiento, es una deuda de la democracia.

Por último, el análisis de los valores de interacción indican un elevado número de *retweets* y me gusta, en relación a otros posteos de este tipo durante el mes de abril. Aún comparándolos con otros/as de referentes/as de la *Campaña* y el activismo pionero (como la intervención de Nelly Minyersky, Marta Alanis y Mabel Bianco) y la militancia de personajes muy reconocidos públicamente (como Dario Sztajnszrajber, Verónica LLinás, Luis Novaresio y Muriel Santa Ana). En este caso, el posteo de la exposición de Martha Rosenberg presenta 25 *retweets* (RT), ante un promedio de 10 RT durante abril, y 75 Me gusta, con un promedio de 30 me gusta (MG) en dicho mes.

En segundo lugar, entre las voces correspondientes al ámbito del derecho, elegimos la de Soledad Deza. Abogada feminista, egresada de la Facultad de Derecho de la Universidad Nacional de Tucumán (UNT). Presidenta de la Fundación MxM, integrante de la Campaña por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito y coordinadora del Área Litigio Estratégico de Católicas por el Derecho a Decidir de Argentina. Abogada defensora de Belén, joven tucumana presa por un aborto espontáneo.

Deza disertó en la segunda jornada de comisiones, en Diputados, el 12 de abril. De la misma manera que con otras exposiciones de este día (y los subsiguientes martes y jueves verdes), la *Campaña* publicó frases clave de su argumentación en *Twitter*, junto con una fotografía de la abogada en el recinto y la consigna/*hashtag* elegida: #QueAbortoLegalSeaLey.

El primer fragmento seleccionado se enmarca en la negación del sistema de salud a la práctica legal de interrupción del embarazo (ILE): “Como abogada he acompañado a mujeres y niñas que se les niega el derecho a un aborto legal. Se lo que es mendigar por un derecho que tenemos hace casi 100 años”. En hilo, se suman dos posteos más, solo con citas de los dichos de Soledad, su nombre y el *hashtag* del día. El segundo posteo presenta el eje central de la argumentación de Deza: “Yo vengo a argumentar que sí existe interés estatal en penalizar a las mujeres que abortan. El Estado persigue abortos que no son delito. Un 24% de las mujeres imputadas por aborto se corresponde con abortos espontáneos”. Y el tercero y último posteo, palabras del cierre de su exposición: “Las mujeres tenemos vida y merecemos calidad de vida. Y se pone en crisis cada vez que nos enfrentan al dilema cárcel o muerte”.

Estas publicaciones, como casi todas las referidas a esta instancia de exposiciones en comisiones, se dirigen a todo tipo de destinatarios. Prodestinatarios, con el fin de que compartan los contenidos y explayen los argumentos a nuevos círculos del discurso social. Y, principalmente, a paradestinatarios, de manera de incidir en su posicionamiento, con argumentos que dan cuenta de hechos concretos, datos estadísticos, experiencias protagonistas, etc. En el caso de los contradestinatarios, enfrenta sus argumentos y disputa el sentido hegemónico.

En cuanto a los valores de interacción de estos posteos, los resultados arrojan números interesantes. Entre las tres publicaciones, se suman 281 RT, 593 me gusta, 7 *tweets* citados y 20 comentarios. 12 de ellos manifiestan posiciones en contra del proyecto IVE y 8 a favor (en la mayoría de los casos, respondiendo las intervenciones de los comentarios negativos).

Cuatro días después, el 16 de abril, la *Campaña* publica en *Twitter*, con el *hashtag* #SeDiceEnElCongreso, la exposición completa de Deza, a partir del link de *Youtube* del

perfil de la *Campaña*, en la cual se encuentra alojada.

El posteo presenta 15 RT y 35 me gusta y, tal como ya adelantamos, la estrategia de comunicación para la incidencia de la *Campaña* en esta instancia consiste en alcanzar la sanción inicial de la ley, mediante la disertación de Soledad Deza, enfocada en desmentir/destruir tópicos del sector opositor. En esta exposición, puntualmente, se combate otro sentido hegemónico sostenido en el discurso social respecto de la práctica abortiva: la negación e invisibilización de la penalización de numerosas mujeres acusadas de interrumpir sus embarazos.

De esta manera, la abogada comienza su discurso con expresiones que cuestionan la afirmación construida por voces opositoras al proyecto IVE que postulan que: “la penalización del aborto no se aplica en los hechos en la vida de las mujeres”, a lo que refuta de manera directa: “Sí existe interés estatal en criminalizar a las mujeres y en perseguir este delito”. Y, a las responsabilidades de la justicia en torno a esta criminalización, suma las del personal médico:

como abogada he acompañado profesionalmente (...) a niñas y mujeres que cursando embarazos forzados o riesgosos para su vida o su salud, ven obstaculizados su derecho a abortar, a consecuencia de la accionar inescrupuloso de profesionales de la salud que anteponen sus conciencias privadas a sus obligaciones públicas. Sé de la indignidad de mendigar un aborto que es legal hace 100 años en hospitales.

Para potenciar sus dichos, menciona datos estadísticos obtenidos en un relevamiento realizado por ella y otras personas en Tucumán: “Relevamos 20 años de aborto, en el año 2012 (...); 534 causas se judicializaron a consecuencia de aborto”; agregando que el “97% (de ellas) tiene a las mismas mujeres abordantes como imputadas”.

En la misma línea, Deza da cuenta que las valoraciones hegemónicas negativas respecto del aborto, cuyo resultado promueve la criminalización de mujeres ante un aborto, no se limita sólo a interrupciones voluntarias del embarazo:

El estado no solamente persigue abortos provocados o auto provocados sino también persigue abortos que no son delitos. Desde el año 2008 relevamos que un 24% de las causas que ingresan en el sistema penal y que tienen a las mujeres como imputadas por aborto se corresponden con eventos obstétricos adversos, como es un aborto natural o un aborto espontáneo.

Y tras afirmar que “El proceso penal, y no sólo las condenas, son un castigo”, incorpora más datos del relevamiento realizado en su provincia:

Si bien el 79 por ciento de esas más de 500 mujeres criminalizadas por aborto terminan con sus causas archivadas, es importante tener presente que sólo el 1% resulta sobreesida. ¿Qué quiere decir esto? Que sólo cinco mujeres lograron que la justicia clausurara definitivamente sus procesos penales. El resto, 513 de esas mujeres, si pretendió o pretende sacar un certificado de buena conducta no lo va a lograr. Uno de antecedentes penales, tampoco. ¿Por qué? Porque sus causas continúan abiertas.

Además, consigna otros motivos de la injusticia de la criminalización y comienza por la razón de igualdad de ciudadanía:

Es necesario acabar con una figura penal que impacta de forma desproporcionada en las mujeres y que compone un mensaje estatal de maternidad obligatoria;

...mientras subsista la penalización del aborto por voluntad de la mujer en cualquier edad gestacional, las mujeres vamos a continuar siendo ciudadanas de segunda.

También menciona la razón de justicia social y justicia reproductiva:

sólo la legalización del aborto va a terminar con el *status quo* que avala con hipocresía que sólo quienes contamos con algunos privilegios de clase podamos acceder en clínicas privadas a un aborto en cualquier momento y solo relegar a las mujeres de sectores populares a la morbilidad del aborto clandestino, a la inseguridad de esas muertes o bien directamente a la maternidad forzada.

En cuanto a la razón de salud pública, agrega:

si 500.000 mujeres abortan al año de forma clandestina según el ministerio de Salud, si el 18% de las muertes maternas son por complicaciones por aborto y si hay más de 49 mil egresos hospitalarios al año, está claro que quienes se oponen a la legalización del aborto no defienden la vida, están a favor del aborto clandestino.

Por último, menciona la razón de laicidad

que exige a nuestros representantes que más allá de sus creencias personales o de sus creencias religiosas sean capaces de deponer sus propias preferencias para lograr la construcción de consenso sociales verdaderamente inclusivos, que permitan, o donde quepan, los planes de vida de todos y de todas;

...estar a favor de la legalización del aborto no supone acordar moralmente con el hecho de abortar sino decidir como sociedad democrática si una mujer que aborta dentro de las primeras 14 semanas debe estar presa.

Y culmina su participación con una invitación directa a los y las diputadas: “Señoras y señores diputados, ni una presa ni una muerta más por aborto”.

La tercera voz que analizamos en este periodo corresponde a la de Estefanía Cioffi, especialista en medicina general, quien trabaja en un centro de salud del sur de CABA, integra un equipo interdisciplinario de interrupción legal del embarazo y forma parte de la Red de Profesionales de la Salud por el Derecho a Decidir. Su exposición forma parte de la octava jornada, donde prolifera personal médico, en torno al *hashtag* #VivasYLibresAbortoLegal.

Su disertación se posteo en *Twitter* el 8 de mayo, junto a una foto de ella, su presentación y fragmentos de sus dichos, en hilo. Los mismos giraron en torno a: la objeción de conciencia de un sector del personal de salud y su respectiva negación a cumplir con diversas interrupciones legales del embarazo; la “tortura física y psicológica” ejercida en el ámbito de salud a personas que desean y/o concretan prácticas abortivas y la necesidad de las personas gestantes de contar con una ley para garantizar la ILE,

independientemente de la geografía y la clase social de quien la solicite. La última publicación del hilo corresponde con las frases finales de Cioffi, donde destaca la cantidad de profesionales que integran la Red, acompañando el derecho a decidir en todo el país.

Estas intervenciones obtuvieron 35 RT, 82 me gusta y 1 comentario, a favor de lo expresado por la médica. Si bien los valores de interacción disminuyen en relación a los señalados en las intervenciones precedentes (Rosenberg y Deza), continúan siendo buenos números de una comunicación para la incidencia, dado el número avanzado de jornada (ya la octava) y que la disertante no es reconocida públicamente, como las dos primeras que analizamos en este apartado.

En cuanto a la estrategia de comunicación para la incidencia desplegada en estas publicaciones, siguen la línea de las precedentes: alcanzar la sanción inicial de la ley, cuestionando cierto ejercicio de la medicina, sostenido por las valoraciones hegemónicas sobre salud sexual y reproductiva. La doctora afirma que el sistema de salud violenta con prácticas desactualizadas y no recomendadas a las personas que desean interrumpir un embarazo. Dicha estrategia se observa más claramente en el devenir de los argumentos expresados por Cioffi en su exposición, publicada el 12 de mayo en *Twitter*, bajo el *hashtag* característico: #SeDiceEnElCongreso, junto a su presentación y el link de la disertación en *Youtube*.

Los argumentos de Cioffi, todos vinculados al área de salud en la cual se desarrolla profesionalmente, recorren dos etapas. En la primera da cuenta de la experiencia de dos mujeres que acuden al sistema de salud en búsqueda de una ILE. En dichos relatos, Cioffi explicita su contexto, las violencias de las que son víctimas las jóvenes (de entre 20 y 30 años), tanto dentro del sistema médico como en su cotidianeidad, y las consecuencias de estas vulneraciones en una experiencia considerada legal. De este modo, recupera voces y sentidos silenciados respecto de la práctica y sus protagonistas. Entre las expresiones valorativas de los relatos, rescatamos las siguientes: “Tenía la decisión firme de abortar. Estaba de 10 semanas”, “Usaba anticonceptivos orales pero dejé de tomarlos porque no llegaba con la plata y trabajaba en el horario en el que la salita estaba abierta. Su marido no quería usar preservativo”, “empezó a relatar escenas de violencia sexual. Violencia ejercida por su marido, en su hogar”, “se realizó el tratamiento con misoprostol (...) Falló”; víctima de violencia física “se fue de la casa que alquilaban (...) de la mano del hijo”, “la tuvimos que derivar al hospital donde estuvo internada tres semanas en la sala de maternidad”, “Tres semanas para un procedimiento que podría haber durado horas. Le colocaban dosis de misoprostol a cuentagotas. Un solo comprimido por día”; “El médico le decía cosas como “esto pasa porque hay muchos que no están de acuerdo con lo que vos estás haciendo, no te quieren ni ver”. Finalmente, le realizaron un legrado”.

En la segunda parte de su disertación, la médica argumenta en torno a la ausencia y/o mala respuesta del sistema de salud ante el pedido de interrupción legal de un embarazo de cualquier persona gestante: “¿Qué respuesta le estamos dando a todas estas personas desde el sistema de salud?”, “Queremos cambiar las trayectorias de las mujeres que deciden abortar. Queremos cambiar el sistema de salud que tenemos”, “Estamos cansadas de que la principal respuesta sean prácticas de medioevo, esas que no se encuentran en ninguna guía práctica actualizada, como los legrados sistemáticos”, “Estamos cansadas de que la respuesta sea el maltrato y la exclusión del sistema”, “Esos profesionales que vulneran derechos son quienes se escudan detrás de la objeción de conciencia”, “que el estado se haga cargo de garantizar de forma gratuita en un país donde la salud es de acceso público, gratuito y universal”, “En Argentina, un país de avanzada en materia de acceso a la salud, se somete a las personas que abortan a métodos que hace muchísimos años no son recomendados por la Organización Mundial de la Salud”, “Necesitamos la aprobación de mifepristona y misoprostol de calidad, de producción pública. Necesitamos acceso a la aspiración manual intrauterina en todos los niveles de atención”, “Nos están privando de las formas más seguras y efectivas para interrumpir un embarazo”. “necesitamos la legalización. No nos alcanza con la despenalización”.

Con estas expresiones, Cioffi y la *Campaña* batallan contra las valoraciones hegemónicas respecto de la medicina y sus profesionales, sobre cierta jerarquía validada socialmente entre paciente y doctor/a, sobre la ponderación de la opinión y decisión del/a profesional por sobre la del paciente y deconstruye el sentido que afirma que el sistema de salud, como un todo indisoluble, comprende al aborto como una práctica maliciosa, que es necesario y posible desterrar.

La última exposición a analizar en esta instancia es la correspondiente al eje testimonial y para ello seleccionamos la intervención de Norma Cuevas, madre de Ana María Acevedo, joven santafesina, madre de tres hijos, a quien se le negó un aborto no punible para poder llevar adelante un tratamiento oncológico esencial para continuar con vida (contemplado por el Código Penal argentino).

La exposición de Norma se realizó el 24 de abril y conmovió fuertemente a las personas presentes en el recinto. Los posteos de la *Campaña* en *Twitter* se presentaron de una manera más desordenada que en casos anteriores, pero con mucha potencia. Así, observamos tres publicaciones separadas, correspondiente a dichos de Cuevas en su disertación, dos de ellos acompañados de fotografías de la madre de Ana María. Un cuarto posteo ilustra la reacción de personas presentes en el recinto, al escuchar el relato de Norma y la lectura de una poesía que, con mucha dificultad, lee con la historia de Ana María. Todos estos posteos se presentan acompañados de la consigna de la jornada, el *hashtag* #AbortoNosotrasDecidimos, al cual ya referimos. Veinte minutos después, la quinta

publicación responde a un *retweet* del medio de comunicación LatFem, que expone un hilo de posteos con dichos de Norma. Finalmente, esa misma tarde, la *Campaña* comparte la exposición completa, mediante el link de *Youtube* y los *hashtag* #AbortoNosotrasDecidimos y #AbortoLegalYa. Esta acción no había sido característica hasta el momento ya que, generalmente, las exposiciones completas, vía *Youtube*, se publicaban en los días subsiguientes.

Los seis posteos, que se presentan en un lapso de tres horas alcanzan elevados valores de interacción, en comparación con otros de dicha jornada y de las posteriores: 309 RT, 713 me gusta, 23 *tweets* citados y 1 comentario que alude a la angustia generada por las declaraciones de Norma Cuevas.

La exposición completa de Norma, compartida minutos antes de las 19 horas del 24 de abril, bajo la consigna #AbortoNosotrasDecidimos, también plantea como estrategia de comunicación para la incidencia: alcanzar la sanción inicial de la ley, mediante el testimonio de protagonistas y familias de víctimas de abortos clandestinos y la recuperación de sentidos y significaciones silenciados. Con su relato y el de otras víctimas o familias de víctimas de la negación de la interrupción legal del embarazo o prácticas clandestinas se corren los decibles históricos, en términos de Angenot. Es decir, la muerte de Ana María Acevedo sucedió en 2007 y tuvo repercusiones en algunos medios de comunicación alternativos y en espacios feministas de medios hegemónicos. Sin embargo, no alcanzó el abordaje público necesario para instalarse como tema de agenda pública. Sin embargo, once años después, en 2018, su caso llega con todos los detalles, y en la voz de su madre, a comisiones de Diputados, a los medios de comunicación, a redes sociales y demás espacios públicos de debate y *se escucha*. Se instala en el discurso social como un caso testigo de las violencias que se ejercen sobre los cuerpos gestantes y, especialmente, sobre mujeres de zonas geográficas alejadas a las grandes urbes y pertenecientes a clases vulnerables. Da cuenta que no basta con el aborto legal por causales. Que no bastan los protocolos y la despenalización de la práctica. La *Campaña* y los movimientos de mujeres que militan el aborto legal han logrado a lo largo de años de acciones políticas y estrategias de comunicación para la incidencia “desbloquear lo indecible” del discurso hegemónico: no sólo argumentar a favor de la interrupción voluntaria del embarazo sino darle entidad, personalizarlo en casos, en experiencias específicas. Ponerle nombre a sus muertas (Ana María) y a sus presas e imputadas (Belén) y, con ellas, recordar que lo personal es político y, detrás de ellas hay muchísimas otras víctimas y derechos vulnerados (no sólo de las afectadas sino también de sus hijos/as y familiares).

En esa línea, el relato de Norma Cuevas demuestra la violencia institucional (del sistema de salud) y obstétrica sufrida por Ana María -acrecentado por su condición de clase social baja-, la persecución religiosa dentro del mismo hospital, para evitar que se realizara

un aborto legal, y el posterior abandono de persona que vive luego del nacimiento y muerte del niño.

Entre las expresiones y frases valorativas más claras del testimonio que da cuenta de la sucesión de vulneración de derechos que sufre Ana María y su familia, se encuentran los que anteceden su cáncer: “yo soy Norma, mamá de Ana María Acevedo, la chica que me mataron en Santa Fe, en el Hospital Iturraspe”; “La doctora me dijo que ella no podía tener más hijos (...) que le pida para hacerle la ligadura. Pedí todo (...) y, allí, (Hospital Regional de Vera) los doctores en la que le hicieron la cesárea, le negaron la ligadura”.

Luego, Norma relata la negligencia en la atención médica, las demoras, las trabas para derivar la paciente a ámbitos de la salud más acordes a sus necesidades:

ella se sacó una muela y ella seguía con el dolor (...) pedí un estudio, la tomografía computada, al sanatorio Reconquista (...) pero el Hospital de Vera no me quisieron llevar con mi hija (...) tuve que agarrar, pelear con un abogado, para que los lleven a mi hija a Santa Fe, ...en Santa Fe (...) le hicieron todos los estudios en el hospital Iturraspe (...) salió todo bien en la operación. A los 15 días les vino la noche, cuando ella se fue a sacarse los puntos, le dijo el doctor que tenía cáncer (...) él la mandaba al Hospital Iturraspe para que le hagan quimio y rayos;
Del Hospital Iturraspe la agarraron, la mandaban cada 15 días a la casa. (...) Y así estuvo ella yendo dos meses y cuando ellos le quisieron hacer la quimio se encontró que tenía 15 días de embarazo.

Finalmente, la negación del aborto legal, imprescindible para que Ana María pudiera realizarse el tratamiento que requería para salvar su vida:

yo peleé para que le saquen el embarazo para poder ella seguir el tratamiento y no le quisieron sacar el embarazo, porque querían dejarlo, porque me querían dar los dos vivos. Y yo le decía que no, porque ella no era sola, ella tenía tres hijitos para pelear y que los hijos lo están esperando,
...a los seis meses le sacaron la criatura. Duró 24 horas y ella, que a los 14 días, falleció. Desde que le hicieron la cesárea hasta que ella falleció no hubo ningún doctor que a ella la atendiera. La abandonaron directamente del todo,
Ella estuvo un año y nueve días, ella estuvo así, y no le dieron oportunidad de la vida de ella, para que ella esté con sus hijos. Los doctores están trabajando, ellos en su casa tranquila. Mi hija, que no tenía que estar donde está ahora.

Norma Cuevas culmina su presentación con un pedido individual y colectivo, de concientización y reclamo:

Y yo lo que pido que se haga justicia por mi hija y que se haga el aborto, para que ninguna otra mujer le pase lo que le pasó a mi hija. Ni una. Y que no sufra como sufrió mi hija y yo, lo que quiero es que den una oportunidad a la mujer para vivir, que no dejen tantos chicos que sufran sin la madre.

Luego, con mucha dificultad y anunciando previamente que es la primera vez que iba a hacerlo, lee la siguiente poesía, con la que emociona a todo su auditorio:

Mi nombre es Ana,
por haber nacido hembra me condenan
como si fuera delito mi pobreza.
Mi nombre es Ana
y por haber nacido hembra se me condena

como si ser mujer fuera pecado en esta tierra.
Mi nombre es Ana
por haberme hecho madre me condenan
los hombres que tienen en su mano tanta ausencia.
Mi nombre es Ana
más castigo lleva el hombre en su conciencia
por haber matado sin piedad tanta inocencia.
Si mi delito fue ser pobre, ser madre o ser mujer
de qué vientre nació quién me condena
Mi nombre es Ana.

La disertación de Norma recupera, de algún modo, diversas consignas desplegadas por la *Campaña* en esta etapa. Consignas con las cual se disputa la construcción de sentido hegemónica en torno del aborto.

La *Campaña* visibiliza, a través de la experiencia de Norma y Ana María, las violencias que reproduce el sistema de salud contra quien solicita una interrupción de un embarazo, indistintamente del motivo por el cual lo hace, si ya materna y tiene otras vidas que apoyar y sostener o si su caso se contempla en normativa vigente. Y también lo lejos que se encuentra el Estado de garantizar un derecho determinado en su normativa, como el aborto no punible, justificado por causales. Sostener la penalización e ilegalidad del aborto opera directamente sobre el derecho a decidir cuando la ley y el código penal lo contempla.

Con su relato, Norma Cuevas ratifica que la problemática del aborto repercute de diferentes maneras a las personas gestantes, afectando más fuertemente a quienes pertenecen a sectores vulnerables y desfavorecidos. También evidencia la falaz afirmación que señala que impedir la práctica abortiva garantiza la vida, las dos vidas. En este caso, se perdieron ambas y se dejó sin madre a tres hijos.

6.3 Debate y sanción inicial en la Cámara de Diputados

Entre el 13 y 14 de junio de 2018, fechas en las que se debatió ininterrumpidamente el tratamiento del proyecto de interrupción voluntaria del embarazo en la Cámara de Diputados/as, se observan más de 60 publicaciones. Analizamos las mismas a partir de sus *hashtag* principales: #AbortoLegalYa y #13ABortoLegal.

La voz enunciadora de casi la totalidad de ellas es la *Campaña*. Solo se encuentran menos de 5 posts que responden a *retweets* de medios alternativos y aliados en las estrategias de comunicación para la incidencia, sobre todo, de cobertura fotográfica y de la conferencia de prensa llevada a cabo. Asimismo, podemos considerar que los/as destinatarios/as estratégicos de dichas publicaciones corresponden a prodestinatarios/as, con el objetivo de generar tendencia y, por tanto, visibilizar el alto apoyo y consenso adquirido por el proyecto en la sociedad. También se puede comprender a paradestinatarios/as, entre quienes se están algunos/as legisladores/as, con la finalidad de persuadir en su voto afirmativo.

En cuanto a los formatos de los tuits examinados, nos encontramos con más de la mitad de las publicaciones compuestas por fotografías ilustrativas de la marea verde, vistiendo plazas y lugares públicos de todo el país y, principalmente, los alrededores del Congreso de la Nación. Muchos de ellos forman parte de una alianza estratégica en una actividad de la *Campaña* y comunicadoras feministas (fotógrafas, camarógrafas, periodistas, etc), que trabajó conjuntamente durante estas jornadas en lo que denominaron “cobertura colaborativa #13J”. En esta línea, también se postean dos o tres videos del exterior de la Cámara de Diputados/as y de breves intervenciones en la sesión.

El resto de las publicaciones presentan distintos componentes, como *flyers* con indicaciones de seguridad y mapas de los alrededores del Congreso y servicios básicos de asistencia, planilla de diputados/as que no firmaron la presentación del proyecto IVE y, por tanto, se asumen como opositores/as al mismo, pocas piezas gráficas con foto de alguna de las diputadas que debatió a favor, con una frase emblemática de su discurso. También algunos posteos con el link directo del *Facebook* de la *Campaña* con un video de transmisión en vivo (conferencia de prensa, reacción externa del resultado de la votación, etc). Por último, se encuentran algunos *retweets* de apoyo de figuras y movimientos feministas de otros lugares del mundo (como Chile y El Salvador), así como de coberturas mediáticas. Escasas publicaciones presentan solo texto.

Todos los posteos se exponen data descriptiva o cita de declaraciones en el interior y el exterior del Congreso. En pocos de ellos se utiliza la mención de alguna persona reconocida (artista en escenario, diputado/a, integrante de la *Campaña*, etc) o medio de comunicación en cobertura (Emergente, Nodal, La Garganta Poderosa, Prensa Obrera, FM En Tránsito). También se observan algunos emojis recurrentes: corazón verde, fuego, brazo en lucha, aplausos, puñito cerrado, aportando a una jornada significativa de lucha y definición.

En cuanto a *hashtags*, se utilizan algunas ciudades y provincias, cuando se exponen las acciones de la marea verde en las mismas, como #Tucumán, #Córdoba, #Paraná, #Azul, #Neuquén. Con alta presencia y reiteración, también hallamos: #QueElABortoSeaLey, #AbortoSesiónHistórica y #14JMediaSanción. Sin embargo, entre los que generaron tendencia y se observan (ambos o alternadamente) en casi el 100% de los posteos, está: #AbortoLegalYa y #13AbortoLegal. Estos dos *hashtags*, consignas centrales de estas jornadas, acompañan expresiones y construcciones de sentido que se proponen, junto con el resto de los componentes discursivos señalados, alcanzar la sanción inicial de la ley. A dicha estrategia de comunicación para la incidencia se apela mediante las declaraciones consignadas por algunas legisladoras e integrantes de la *Campaña*, así como con la visibilización de la marea verde en las calles de todo el país, como demostración de consenso social.

Entre las frases valorativas y construcciones de sentido en apoyo al proyecto y su sanción inicial, se encuentran aquellas que destacan que, finalmente, el reclamo de las personas gestantes es oído, atendido, considerado en el discurso social: “¿Ahora nos ven? ¿Ahora nos escuchan?”. Tal como señalamos, estas declaraciones celebran que el aborto y su debate haya logrado romper el “bloqueo de lo decible”, en términos de Angenot. Que finalmente, tras años de militancia y lucha por la construcción de sentido, los feminismos hayan alcanzado correr el umbral de decibilidad y, con ello, abrir el camino necesario para que el proyecto de ley por la interrupción voluntaria del embarazo se aborde, por primera vez, en la Cámara de Diputados.

En la misma línea, se pone el acento en la cantidad de personas que componen el movimiento que exige esta política pública como urgente: “Somos 1 millón movilizadxs por el #AbortoLegalYa”, “Hoy fuimos 1 millón movilizadxs por un reclamo histórico”, “Los derechos se conquistan en las calles”, “Somos un montón empujando la media sanción de una ley!”, “En la movilización verde hay alrededor de 1 millón de personas. Les pedimos a lxs diputadxs que se asomen por las ventanas para que vean el reclamo”. También los mensajes aluden a la lucha histórica, fortalecida por el movimiento de las pibas, y el momento político definitorio del país: “Luchamos por la salud, la vida y la libertad”, “Sesión histórica por el derecho al aborto legal seguro y gratuito”, “estamos haciendo historia compañerxs. Es ahora”, “Vamos las pibas!!! La revolución de las hijas vino para quedarse!”, “#QueElAbortoSeaLey Diputadxs, legislen a favor de nuestro derecho”, “Nuestro derecho, ¡será ley!”, “El Aborto Legal a un paso de ser ley”, “Nada nos detiene en este día histórico!”, “Las pibas son protagonistas en esta lucha por el #AbortoLegalYA”, “Emocionante cobertura colaborativa de Matria, Emergentes, Mujeres Audiovisuales”.

Con estas expresiones se evidencia que la Campaña fortalece los núcleos de sentido que fue construyendo a lo largo del periodo previo (disertaciones en comisiones). Destaca que el momento es ahora, tras años y años de militancia de los movimientos de mujeres (de las pioneras, las fundadoras, muchas de las que ya no están); ahora que la lucha es marea verde, es multitud; ahora “que sí nos ven” y la revolución de las hijas llegó para quedarse; ahora que el aborto se comprende como una problemática de salud pública y también de autonomía de los cuerpos gestantes, del derecho a decidir; ahora que el debate se encuentra instalado en el discurso social. Reitera que el momento histórico, con calles ocupadas por quienes exigen la sanción de una ley que significa saldar una deuda de la democracia con las personas gestantes (de hoy y también del pasado), requiere de decisiones históricas por parte del estado y sus protagonistas. #QueElAbortoSeaLey como necesaria reivindicación de los derechos y la democracia, como valor fundacional para la Argentina (y cuya relevancia se extiende como ejemplo a América Latina y el mundo).

Finalmente, se consignan fragmentos del discurso de tres diputadas que retoman

algunos de los argumentos esgrimidos en la etapa anterior por disertantes que expusieron ante las comisiones responsables del dictamen. Romina Del Pla, del Frente de Izquierda, enfoca en el eje aborto legal o aborto clandestino: "Los que votan en contra de esta Ley, votan a favor de que quede en pie el aborto clandestino y la muerte de mujeres". Victoria Donda, del Frente de Todos/as, defiende la ciudadanía e igualdad de las personas gestantes en Argentina: "Nosotras queremos una Argentina de iguales. Donde las mujeres también podamos ser libres y para ser libres de verdad tenemos que terminar con esa clandestinidad hipócrita". Y, finalmente, Brenda Austin, del radicalismo, destaca datos internacionales sobre las consecuencias de sostener políticas de salud pública penalizadoras: "La Organización Mundial de la Salud dijo que los países que penalizan tienen mayor mortalidad de mujeres".

Por último, atendiendo a los valores de interacción de las publicaciones de estas largas horas de debate, y recordando que son datos del presente de investigación y no de un momento posterior cercano a su publicación, corresponde destacar sus elevados números. En una rápida sumatoria, los posts presentan más de 29 mil me gusta, 10 mil *retweets*, 500 *tweets* citados y 250 respuestas. Entre los posts con mayor interacción (sobre todo me gusta y *retweets*) se encuentran los que ilustran con una fotografía nocturna y aérea de alrededor del Congreso, la inmensidad de la marea verde, y otro que acompaña una fotografía con referencias históricas de la *Campaña*, la jornada histórica, arengando por la obtención de la sanción inicial.

6.3.1. Disertaciones a analizar

Examinamos, también en esta instancia, algunas disertaciones de integrantes del arco político que compone la Cámara de Diputados/as durante este debate con el objeto de identificar las formas en que las consignas y argumentos de la comunicación de la *Campaña* permearon en el discurso legislativo y, de manera extensiva, el discurso social. Este análisis nos permite atender a la disputa de sentido en torno a la legalización del aborto y considerar cómo las estrategias de comunicación de la *Campaña* incidieron en la toma de decisión de los y las diputadas.

Dado el caudal de intervenciones que formaron parte de las 23 horas de debate en la Cámara de Diputados/as y de la reiteración de ejes argumentativos en los mismos, decidimos seleccionar como referencia para el análisis de esta instancia las exposiciones correspondientes al cierre de los bloques, previo a la votación. Para ello, presentaremos conclusiones de la disertación de la diputada Graciela Camaño, en nombre del Frente Renovador; Pablo Yedlin, en representación del bloque Justicialista; Juan Fernando Brügge, de la bancada de Córdoba Federal; Agustín Rossi, por el Frente para la Victoria-PJ, Silvia

Lospennato y Marcela Campagnoli por el interbloque oficialista de Cambiemos (dividido por posiciones opuestas) y Horacio Goicoechea, de la UCR.

De las siete disertaciones mencionadas, cuatro expresan un posicionamiento personal contrario a la votación a favor del proyecto y tres, a favor. Sin embargo, varios presidentes de bloque dan cuenta de que hacia el interior del mismo hay posiciones encontradas al respecto y que, por ello, la votación final será individual.

Entre los cierres en contra de la sanción inicial del proyecto de interrupción del embarazo se encuentran: Graciela Camaño (Frente Renovador), Juan Fernando Brügge (Córdoba Federal), Marcela Campagnoli (Cambiemos) y Horacio Goicoechea, (UCR).

Los destinatarios a quienes se dirigen sus exposiciones se corresponden con prodestinatarios. Principalmente, aquellos/as integrantes del bloque que coinciden con dicho posicionamiento pero, también, los y las demás legisladores/as que adelantaron su votación en contra.

Entre los argumentos que sostienen dicha posición se reiteran ejes ya mencionados en instancias previas. Las expresiones y construcciones de sentido se encauzan en impedir la cantidad de votos necesarios en la Cámara de Diputados para alcanzar la sanción inicial de la ley. A continuación, consignamos los ejes argumentativos opositores y sus correspondientes frases valorativas y construcciones de sentido:

Eje 1: No se trata de un momento oportuno dentro de la coyuntura nacional:

Creo que nuestra misión no es fracturar a la sociedad;

El abrumador 30% de pobreza que venimos sosteniendo desde que alumbramos prácticamente la democracia nos tiene que llamar al recato y a la cordura (Camaño).

Mediante dicha argumentación se desvía el foco de atención del debate en sí mismo y se conduce a otros temas políticos de coyuntura y de lucha partidaria, menospreciando la voz y exigencias de miles de personas (de ambos posicionamientos) que se expresan en las calles y en redes sociales, así como también, quitando valor a las horas y horas de debate sobre una problemática de salud pública, abordada en comisiones, en las calles, en los medios de comunicación y demás espacios del ámbito público y privado nacional.

Eje 2: La inconstitucionalidad del proyecto, al atender contra el derecho a la vida desde la concepción:

...el proyecto que se ha presentado de mayoría tiene el vicio de constitucionalidad (...) por la violación del artículo 75 inciso 23, en donde se establece la protección del niño por nacer;

...aquí están en juego diferentes valores, pero un valor fundamental, que es el valor de la vida;

Para nosotros si es vida y es una persona;

...estamos yendo fuera del esquema también constitucional y del orden jurídico;

...yo les pido que seamos sinceros con el sistema republicano, al cual tenemos que respetar, conforme a nuestra constitución y pensar lo que nosotros le hemos prometido al pueblo;

Y si nosotros nos hemos comprometido en favor de la vida, en el momento en que nos hemos presentado como candidatos para ser diputados nacional, tenemos que honrar esa promesa;
Por eso decimos sí a las dos vidas”(Brügge).

Estoy en contra de este proyecto porque propone pasar a un sistema que otorga a la mujer un derecho absoluto en todos los casos;
Aprobarlo significaría que las mujeres tendrán derecho a acceder a abortos a petición hasta la semana 14 y flexibilizar las causales hoy existentes;
Nuestro sistema actual de despenalización por causales respeta el sistema jurídico de nuestro país, ya que no contempla derechos absolutos ni para la mujer ni para el niño por nacer;
Este proyecto propone ampliar en forma considerable y discrecional la causal salud. Ya no se habla de un peligro sino de un riesgo y, además, se elimina la condición de que el aborto sea el único medio para evitar el peligro;
...se permitirá el acceso al aborto hasta etapas muy avanzadas del embarazo
...debemos primero hacer que se cumplan las leyes que tenemos y avanzar hacia una legislación moderna, inclusiva, amplia y respetuosa de los derechos de todos los miembros de una sociedad. En ese camino no podemos dejar de lado los derechos de los niños y las niñas por nacer (Campagnoli)

La interrupción legal del embarazo, que lamentablemente se hace a través de mecanismos abortivos violentos: llámese misoprostol que provoca una gran contraactividad uterina, provoca aplastamiento, adicción, hipoxia, en ese feto en ese embrión, llámese aspiración manual o llámese lo que es la laceración o desmembramiento de un feto de 14 semanas, completamente formado, igual a cada uno de nosotros, que lo único que le falta es que maduren sus aparatos y sistemas;
Soy de la Unión Cívica Radical, un partido que considera al ser humano un ser sagrado;
Soy de la Unión Cívica Radical, de la causa de los desposeídos. Alguien más desposeído que un niño por nacer, que está al desamparo, que no lo desea su madre;
No tendríamos que derramar sangre inocente. Estamos construyendo una ley con sangre inocente. Eso no es gratuito. Piénsenlo al momento de oprimir el botón de su voto (Goicoechea).

Este eje argumental, guiado sobre todo por profesionales del Derecho, se asocia a varios núcleos de sentido secundarios que hemos venido mencionando y que, históricamente, han sostenido el sentido social hegemónico de negación del derecho a decidir. Se basa en una de las primeras y principales estrategias de comunicación del posicionamiento de los sectores antilegalización, quienes se presentan como “defensores de la vida”, “pro-vida”, “salvadores de las dos vidas”. Retoma y busca fortalecer la supuesta relación directa entre: aborto/muerte; antiaborto/provida. Para ello reitera la idea de “niño por nacer” (cuando el proyecto presenta como límite de la interrupción la semana 14 de embarazo) y la supuesta confirmación científica del comienzo de la “vida desde la concepción”. No obstante, mientras este posicionamiento aduce en el registro escritural a un abordaje que responde a la normativa vigente (Código Civil, Constitución Nacional), gran parte de sus argumentos provienen del orden de lo religioso o de creencias particulares: “para nosotros es vida y es una persona”; “un partido que considera al ser humano un ser sagrado”, “sangre inocente”. Asimismo, estas voces interponen un discurso biologicista que supone (y exige) a las personas gestantes el deber de posponer sus necesidades físicas al límite

en aras del bienestar de “la vida” (del feto). Sin embargo, al argumentar se permiten aludir al deseo, dotándolo de una valoración negativa que justifica la necesaria intervención de los/as legisladores en defensa/protección de “la vida” (del feto): "Alguien más desposeído que un niño por nacer, que está al desamparo, que no lo desea su madre".

Eje 3: Negación de la relación directa entre legalización y reducción de la tasa de abortos:

...aquí se insistió de que países del primer mundo han bajado los índices de aborto, y eso no es cierto;

...en Inglaterra, Alemania y Rusia. Lejos de bajar, han aumentado. En el caso de Inglaterra, ha aumentado en gran proporción en los últimos años, incluso lo que se llama los abortos selectivos;

Yo creo que hay que sincerar que no necesariamente la legalización del aborto va a bajar los índices de aborto (Brügge).

Esta exposición se encamina a defenestrar los reiterados datos y argumentos estadísticos de las voces a favor de la legalización que exponen cómo la sanción de una ley de este tipo en distintos países del mundo, junto a su efectiva implementación, conlleva una disminución de la práctica en sí misma, así como una drástica reducción de sus graves consecuencias, tales como la muerte materna y afecciones a la salud. Si bien el diputado menciona tres países, solo alude a Inglaterra de manera más completa (y no da cuenta de la fuente específica de los datos que referencia) y liga el aumento a procedimientos de fertilización asistida, en clara oposición al objetivo de este proyecto ley: interrumpir un embarazo no deseado. Luego, menciona el caso de Rusia, país sobre el cual solo afirma que hay mayor tasa de abortos que de natalidad, sin más detalles y nada amplía respecto del supuesto caso de Alemania. Así, la argumentación es absolutamente débil, solo dirigida a desacreditar datos más concretos y con fuentes específicas, señalados por colegas durante las 23 horas de debate en el recinto.

Eje 4: Las políticas públicas de salud deben enfocarse en la prevención, no en la interrupción:

(Las muertes maternas son) Perfectamente evitables, no con la prohibición sino con la prevención. Es fundamental actuar con políticas sanitarias, políticas educativas;

Esta problemática en la Argentina, que es la mortalidad por aborto séptico, representa del total de muertes en el 2016 el 0,14 por ciento de lo que son las muertes maternas;

Un aborto muchas veces, la restitución no es integrum;

...por más que sea en un medio legal, no significa que pueda ser seguro”;

Cualquier práctica instrumental, sabemos un caso muy reciente no que por un estudio complementario, fallece una persona. Imagínense en el interior, donde falta infraestructura, donde faltan médicos. No estamos preparados para esta contingencia (Goicoechea).

En este caso, se apoya en argumentos del ámbito médico que buscan generar temor respecto de la práctica de interrupción del embarazo, planteando que no se trataría de una práctica médica segura y que requeriría de mucho recurso y preparación, los cuales no se

encontrarían en distintas regiones del país. En este punto, nada dice de los peligros de la práctica clandestina, sin apoyo médico, vigente en todo el país.

Por otra parte, Pablo Yedlin (bloque Justicialista), Agustín Rossi (Frente para la Victoria-PJ) y Silvia Lospennato (Cambiemos), esgrimen distintos argumentos enfocados en prodestinatarios (legisladores/as decididos/as a votar en favor del proyecto) y paradesinatarios (aquellos/as no definidos/as aún):

Le pido a todos los diputados de esta cámara que voten en el mismo sentido que yo voto por las hijas de ustedes. Voten para que mis hijas, si un día quieren hacerse un aborto lo puedan hacer en un lugar sano, seguro” (Rossi).

Entre estas disertaciones se puede destacar la intervención de Silvia Lospennato quien, como legisladora integrante del colectivo “Las Sororas” (el cual llevó adelante un fuerte trabajo de cabildeo interno, relatado en capítulos anteriores), se constituye en esta instancia de cierre, y de manera simbólica, en la voz enunciadora de la *Campaña*, retomando las diversas consignas desplegadas por la misma, tanto en comisiones como en redes sociales y demás exposiciones del espacio público y mediático.

De esta manera, entre las expresiones y construcciones de sentido expuestos por Lospennato y los otros dos legisladores varones, se visualizan los argumentos desplegados desde la *Campaña por el derecho a decidir* dentro de su estrategia para la incidencia de esta etapa: alcanzar la sanción inicial de la ley. Y, con ellos, fortalecen los núcleos de sentido que fue tejiendo durante las instancias previas analizadas. Entre dichos ejes argumentativos se encuentran los siguientes:

Eje 1: Mortalidad materna como problemática de salud pública:

...la tasa de mortalidad materna en la Argentina no muestra una mejora significativa (...) por falta de políticas claras en un área y en una materia muy compleja;
...está claramente demostrado en todos los lugares del mundo serios, en donde hay datos claros y contundentes, que aquellos países que despenalizaron, disminuyeron la cantidad de aborto y llevaron a cero, muchas veces, la mortalidad materna;
No estamos discutiendo si queremos o no el aborto;
Este es un tema de salud pública y estamos aquellos que realmente queremos solucionar este tema;
Debemos sacar al aborto de la clandestinidad;
...el estado no puede criminalizarlas pero, tampoco puede abandonarlas;
...probablemente no sea la mejor solución pero esta es la solución que hoy tenemos y esta es la solución que tenemos que acompañar (Yedlin).

Uno ve las cifras y las cifras significan cosas. Ve la cantidad de muertes, ve la cantidad de embarazos adolescentes, ve la cantidad de internaciones en los hospitales públicos por abortos clandestinos mal realizados. Ve también lo que sucede en otros países del mundo, donde se legalizó el aborto y permitió que la causal de muerte materna bajase notablemente; Lo que estamos buscando con estas IVE, con esta ley de la interrupción voluntaria del embarazo, que sea la decisión que pueda tomar libremente una mujer. Que nadie se sienta en falta, que nadie se sienta clandestino, que nadie se sienta ilegal;

En Rosario, cuando alguna mujer que quiere interrumpir o que siente que está en condiciones de interrumpir su embarazo, puede ir a un centro de salud. Allí se le atiende y si están dadas las causales, se lleva adelante la interrupción del embarazo;

Eso les permitió a Rosario, desde el 2012, no tener entre las causales de muerte por maternidad, de mortalidad materna, la interrupción del embarazo o embarazos mal realizados;

Yo quiero que saquemos la interrupción legal del embarazo del closet, que no circule por los lugares silenciosos de las familias;

Es el lugar de la clandestinidad que tenía el colectivo ILGTB antes de la sanción de la Ley del Matrimonio Igualitario también tiene el de aborto hoy en la Argentina. El lugar de lo prohibido, el lugar de lo que no se tiene que hacer;

...nadie oferta ninguna resolución, y la respuesta, el voto negativo, es no modifiquemos nada. Quedemos como está. La historia no se hizo así, señor presidente;

Yo los invito ahora a todos a que salgamos de esa zona de confort, que salgamos de la zona de decir hasta ahora esto funciona así, por más que reconozcamos que existen problemas y los problemas no son para nada menores (Rossi).

Dijeron que no se puede legalizar el aborto porque esto causaría más abortos, pero la verdad es que no hay evidencia empírica en qué apoyarse. Los países que han legalizado el aborto han reducido su tasa de abortos, básicamente porque el sistema de salud acompaña a la mujer en todo el proceso;

En la Argentina, al menos 50 mil mujeres por año son hospitalizadas a causa de abortos inseguros”;

Se buscó en el debate hacernos creer que estábamos discutiendo aborto sí o aborto no, pero esta sociedad ya no se engaña a sí misma. De lo único de lo que estamos hablando esta noche, de lo que venimos hablando estos meses, es de aborto legal o de aborto clandestino. Quisieron apropiarse del concepto de defender la vida pero, en este debate solo hay una propuesta que defiende la vida, y es la propuesta por la legalización del aborto (Lospennato).

Estas expresiones se basan en una de las estrategias principales de la comunicación para la incidencia de la *Campaña*, al sacar el foco de la discusión en aborto sí o aborto no y dirigirla al par dicotómico: #AbortoLegalOClandestino. Asimismo, destaca las consecuencias de la clandestinidad y rescata la problemática como ámbito de la salud pública y, por tanto, del Estado, otra de las consignas formuladas desde la *Campaña* que ya consignamos previamente: #AbortoLegalEsVida; #AbortoDeudaDeLaDemocracia; #VivasYLibresAbortoLegal.

Eje 2: Derecho de las personas gestantes a la IVE, rescatando historias individuales y la lucha colectiva:

Ana María Supo era una compañera de Rafaela. Fue apresada en el año 76. La torturaron y la violaron. Después le hicieron un aborto;

A Ana María Acevedo no la dejaron abortar, a pesar de que le habían detectado un cáncer. Su madre pidió que la dejen abortar. No la dejaron. Le sacaron su bebé ya en una edad gestacional avanzada. Nació casi muerto. Murió a los pocos meses. Ella murió también. Su mamá, junto con su familia, lleva adelante esta lucha;

Siempre la historia ha sido movida por la lucha entre los opresores y los oprimidos. Y nadie más que ese colectivo de mujeres representa tanto esa lucha. Elles vienen a romper el *statu quo*, ellas vienen a decirnos que lo que venía funcionando hasta ahora está mal. Ellas vienen a reclamar derechos, ellas vienen a pararse desde el lugar de que la lucha es solamente la lucha de ellas;

...la Revolución de las Hijas. Esas chicas de 15, 16, 17, 18 años, es el colectivo que quizás marca la lucha más genuina que se está dando hoy en nuestra Argentina;

...nos interpela a nosotros, como dirigencia política, a nosotros como hombres y mujeres. Si uno fuera un psicólogo, diría que nos está interpelando para que salgamos de la zona de confort, la zona de confort es el *statu quo*;

...que esa interrupción voluntaria del embarazo respete el derecho de las mujeres a concebir cuando ellas quieran. El derecho de las mujeres por su cuerpo, por disponer de cada una de esas situaciones;

Lo que estamos buscando con esta ley de la interrupción voluntaria del embarazo, que sea la decisión que pueda tomar libremente una mujer. Que nadie se sienta en falta, que nadie se sienta clandestino, que nadie se sienta ilegal;

Yo voy a votar una ley que si se aprueba, que si es ley, le va a permitir a mis dos hijas: una tiene treinta, otra diecinueve, que si mañana quieren hacer un aborto lo van a poder hacer en condiciones legales, en condiciones seguras;

Pero también voy a votar una ley para que la hija de cualquiera de los que voten en sentido contrario, también tenga esa posibilidad (Rossi).

Este es un gran día para todas las mujeres. Las mujeres estamos orgullosas de estar dando este paso después de un siglo;

Miles de mujeres pasaron la noche en la plaza esperando que alumbráramos esta ley. Miles de mujeres están siguiendo este debate en todo el país y pudieron conocer las caras de sus diputados y los nombres y nos interpelaron;

Todos nosotros tenemos hoy la posibilidad de modificar una ley que tiene 100 años. Estamos acá para reflejar en el texto de la ley los avances sobre los derechos de las mujeres que se han producido en la Argentina en este último siglo;

...derechos para acortar esa brecha que todavía existe hacia la sociedad paritaria que todos deseamos;

...pudimos nombrar el dolor que significa el aborto en nuestro país. Un dolor profundo, un dolor silenciado, un dolor que se confunde con la culpa, que se confunde con la criminalización y la desigualdad, y que se ampara en la ausencia del estado;

...(en) la historia, la conquista de los derechos siempre es una victoria que se arranca al opresor;

...hoy estamos conquistando el poder de decidir sobre nuestros propios cuerpos. Es la autonomía de las mujeres. Es el derecho a elegir sobre nuestros proyectos de vida;

...este es el siglo de los derechos de las mujeres, más tarde o más temprano las jóvenes que portan en sus mochilas los pañuelos verdes van a conquistar los derechos que reclaman;

Nosotros, los legisladores que hoy vestimos el pañuelo verde y otros que han abierto su corazón a esta realidad dolorosa, venimos a proponerles dejar de mirar para el costado. Dejar de hacer como que el aborto no existe;

En sus dedos está el poder de votar por nuestros derechos. No les tiemble el pulso para hacerlo. Saquemos de la clandestinidad el aborto. Legislemos por la salud y por la autonomía de las mujeres (Lospénato).

Con estos argumentos se visibiliza la problemática a partir de casos y personas puntuales, tarea de incidencia llevada adelante por la *Campaña* desde sus inicios y, más fuertemente, desde la mayor discusión social del tema en medios de comunicación y, luego, en comisiones. Se centra en el derecho a decidir de manera libre, segura y gratuita (consigna histórica de la *Campaña*), con la compañía y el amparo del Estado. Retoma las consignas sostenidas durante los días de exposiciones en comisiones: #AbortoLegalMiDerecho; #AbortoLegalNosotrasDecidimos. Se alude a las mujeres como ciudadanas de segunda, oprimidas, perseguidas y castigadas por el mismo Estado, quien las penaliza luego de negarle el derecho a decidir sobre su propio cuerpo. Se enfoca, de este modo, en las consignas hechas *hashtags*: #VivasYLibresAbortoLegal.

Asimismo, a través de casos puntuales, se advierte de situaciones extremas que viven las personas gestantes y que resultan en embarazos no deseados (contextos de violencia, problemas de salud, de acceso a cubrir necesidad básicas, vulneración de derechos varios, etc), a los que el Estado en muchas ocasiones no responde, aún existiendo en el Código Penal la contemplación de la interrupción legal del embarazo, ante causales puntuales. Por último, el legislador insiste en que la problemática exige respuestas, exige escuchar a un amplio sector de la sociedad, históricamente vulnerado. Atender a los nuevos umbrales de decibilidad habilitados en el discurso social y sus reclamos: #AbortoLegalJusticiaSocial, otro de los ejes argumentales de la *Campaña*.

Eje 3: La ausencia de una propuesta del sector opositor que brinde una solución alternativa a la problemática:

Rechazan la estadística oficial, rechazan la realidad del aborto en la Argentina, rechazan la necesidad de garantizar el derecho a la salud a las mujeres argentinas que abortan;
Algunos de los que se oponen a legalizar esta práctica dijeron que lo hacen porque defienden la vida desde la concepción, pero a los cinco minutos no sostuvieron argumentos respecto del embrión producto de una violación o de los embriones congelados por tratamientos de fertilización asistida. No es desde la concepción sino desde la concepción consentida, menuda diferencia. No son todos los embriones sino los embriones que anidan en el útero de una mujer, no los que están congelados en una heladera;
Dijeron que querían salvar las dos vidas, pero eso es una falacia porque no pudieron explicar cómo van a evitar que una mujer aborte. La manera correcta de decirlo es que quieren forzar a las mujeres a ser madres. Creen que es posible forzar a una mujer a ser madre contra su voluntad;
Cualquiera sea la cifra con la que nos sintamos cómodos, sabemos que estamos hablando de una gran tragedia de salud pública que afecta a las mujeres en la Argentina. Y frente a esa realidad no podemos salir de este recinto sin una propuesta. Una propuesta concreta de salud pública para las mujeres de nuestro país;
Algunos esgrimieron razones personales, creencias religiosas, y yo las respeto todas. Todos nosotros las respetamos, pero no son razones públicas y, por ende, no pueden imponerse en la ley de todos;
Los argumentos a favor de la legalización están claros. Hemos escuchado de ellos toda la noche. Yo creo que no hay verdaderos argumentos en contra, pero este no es un día de tristeza;
Los que voten por él no, sepan que lo único que están ofreciendo a las mujeres es la amenaza de cárcel (Lospennato).

Desde este eje, se enfoca el discurso en los núcleos de sentido más reforzados por la *Campaña* desde la presentación del proyecto en el Congreso y su posterior debate en comisiones: #AhoraEsCuando, #AbortoLegalYa!. Así, se alude a la premura y la urgencia de dar pronta y efectiva solución a la problemática de salud pública que promueve desigualdad, no solo de género (ya que afecta solo a las personas gestantes), sino también de clase social y acceso al derecho a la salud y a la soberanía/autonomía del propio cuerpo.

Finalmente, subrayar que las exposiciones de estos/as tres diputados/as culminan con la expresión consigna de la *Campaña* durante todo el debate, tanto el legislativo como

el público en general (en medios de comunicación, redes sociales y otros espacios públicos): #QueSeaLey!

Como conclusión parcial de estas dos últimas instancias analizadas es necesario destacar el éxito de la estrategia central para la incidencia propuesta por la Campaña: alcanzar la sanción inicial de la ley. Y esto no sólo puede verificarse a partir de los resultados de la votación sino también, como se ha descrito previamente, a través de la apropiación de las consignas y líneas argumentales de la *Campaña* por parte de los y las disertantes que expusieron ante comisiones, así como en los discursos de cierre de bloque que se analizan del debate en la Cámara Alta. En las mismas, en el seno por la disputa de poder se advierte, en este momento hito, que la legalización del aborto es factible, que alcanzó la amplia visibilización que requería (en las calles, el discurso mediático y el digital -en redes sociales-, con el crecimiento de la marea verde) y que ha obtenido el consenso social necesario para ejercer presión en la opinión pública y lograr una mayoría ajustada pero suficiente para la sanción inicial. Así, se puede afirmar que las estrategias de la comunicación para la incidencia de la *Campaña* que se manifiestan en la primera fecha, por el 6 de marzo, se han hecho efectivas a lo largo de los primeros cuatro meses de trabajo.

6.4 Disertaciones en Comisiones de la Cámara de Senadores

Desde el 10 hasta el 31 de julio de 2018 se extendieron las exposiciones ante las Comisiones de Salud, Justicia y Asuntos Penales y Asuntos Constitucionales del Senado de la Nación. Se trató de siete jornadas, con 145 exposiciones en total, llevadas a cabo los martes y miércoles.

En este cuarto momento de análisis encontramos, entonces, que la comunicación para la incidencia de la *Campaña* se centró en la estrategia de lograr la sanción de la ley. Para ello llevó adelante numerosas acciones comunicacionales con mensajes y formatos concretos, componentes discursivos, expresiones valorativas y destinatarios/as estudiados. En ese sentido, observamos mucho aprendizaje de la experiencia previa en Diputados, lo que posibilitó un despliegue más cuidado y ordenado, así como atento a la coyuntura y las exigencias del día a día.

En líneas generales, la *Campaña* reiteró varios tipos de publicaciones afines a la instancia de exposiciones ante comisiones de Diputados, tales como exhibir la alta convocatoria de cada martes y miércoles verde en las zonas aledañas al Congreso y en rincones públicos de todo el país (se publican y retuitean muchos posteos de las sedes regionales); invitar a sumarse a acciones en línea (como la firma de documentos para presentar a Senadores/as), tuitazos y campañas concretas, como la de #ViUnPanneloVerde; convocar a participar en actividades presenciales, como conversatorios, talleres, presentación de libros, acciones del Estudiantazo Federal en

distintos lugares del país, pañuelazos y puentazos; amplificar la voz de las y los expositores y sus argumentos ante las comisiones y visibilizar apoyo internacional, compartiendo fotos, videos y saludos desde el extranjero, entre otros. Asimismo, la *Campaña* promovió nuevas acciones comunicacionales, atendiendo a la coyuntura de cada jornada de exposiciones, en una escucha atenta de las necesidades de su público destinatario y, sobre todo, a partir de los aprendizajes de la experiencia previa.

Entre las principales diferencias de ambas instancias expositivas ante comisiones (en Diputados y ahora en Senado), observamos que en esta ocasión la *Campaña* realiza una comunicación más ordenada y explicativa. Los posteos se publican de manera prolija y uniforme (siguiendo una misma estructura) y sin errores (de tipeo ni de ningún tipo), a pesar de la celeridad que exigen algunas coberturas.

Por otra parte, en esta instancia de análisis nos encontramos con publicaciones que presentan más información respecto a cómo se prevén las plenarias en el Senado, cómo se compone cada Comisión (integrantes por género y provincia de pertenencia), la cantidad de expositores que se esperan, entre otros datos valiosos e interesantes. También advertimos otra distinción vinculada de modo directo a alcanzar la estrategia central de sanción de la ley IVE. La misma consiste en una comunicación de la *Campaña* con fines didácticos e informativos constante. Así, ante situaciones complejas de comprender, rumores mediáticos o instalados desde el sector opositor a la ley, la *Campaña* se posiciona en una voz educadora de la ciudadanía, dispuesta a explicar de manera concreta y sencilla aspectos complejos o muy tensionados por ambas partes. Para ello, elabora piezas específicas (*flyers, gifs, fotografías*), desde las cuales fortalece sus mensajes y consignas históricas, así como las que va desplegando jornada a jornada de exposición. También suma datos concretos (estadísticas, explicaciones respecto de la efectividad de métodos anticonceptivos, relevancia de la efectiva implementación de la educación sexual integral, etc). Si bien hallamos numerosos ejemplos, consignamos solo algunos a modo de explicitación. El 11 de julio, segunda jornada de exposiciones, la *Campaña* postea en su cuenta en *Twitter* la fotografía de una joven (una piba) con el pañuelo verde y las manos pintadas de verde, junto al siguiente texto:

Educación sexual para decidir, anticonceptivos para no abortar y aborto legal para no morir no son exigencias por sí mismas, cada una y de conjunto son condición necesaria para la protección de la vida y la salud de las mujeres y personas gestantes #AbortoLegalDebateFederal (@campAbortoLegal, 11 de julio).

Otro ejemplo, del mismo día y también acompañada de una fotografía de “tres pibas” abrazándose en la zona aledaña al Congreso, versa: “La legalización del aborto significa diseñar, implementar y monitorear políticas públicas que garanticen su realización efectiva y

segura en todos los niveles y subsistemas de salud #AbortoLegalDebateFederal” (@campAbortoLegal, 11 de julio).

En la misma línea, pero con fines más educativos y de incidencia sobre sus pro y paradesinatarios, la *Campaña* desarrolla una estrategia didáctica específica para la cual apela al diseño de diversas piezas (placas gráficas y *gif*), con información relevante y un *hashtag* específico, según corresponda. De esta manera, el 18 de julio, el colectivo se enfoca en desentrañar el concepto de objeción de conciencia y las valoraciones expresadas por el sector opositor a la legalización del aborto que postula que el proyecto ataca este “derecho” de los/as profesionales de la salud. En uno de sus posteos, mediante un *gif* con el texto “las instituciones no tienen conciencia” y el *hashtag* que acompaña los posteos de dicha jornada #AbortoDerechoSinObjeción, publica el siguiente texto: “No existe un derecho a la objeción en las leyes, ni en la Constitución, su creación es jurisprudencial y para casos concretos. En el caso del aborto, no puede traducirse en barreras ni obstáculos a la práctica médica. #AbortoDerechoSinObjeción”.

Otro posteo de carácter explicativo pero también crítico, formula lo siguiente: “Médicos/as del sector público de la salud -como agentes del Estado- tienen obligación de brindar atención sanitaria a la mujer, de no “obstaculizar” y de no “crear barreras” para el acceso a este derecho #AbortoDerechoSinObjeción @CampAbortoLegal @RedSaludDecidir”.

Finalmente, otro tuit acompañado de un *gif*, dice: “La objeción es el arma con que atacan las mayorías conservadoras. La objeción no nació para agredir, es para defender. Lo tuyo no es objeción es imposición. #AbortoDerechoSinObjecion”.

Esta estrategia de comunicación didáctica y cuestionadora es utilizada durante ese mismo día en más de diez posteos, varios de ellos en hilo, con explicaciones y argumentaciones respecto a la objeción de conciencia y cómo no debe interponerse o impedir el derecho a decidir de las personas gestantes. Observamos un trabajo minucioso, prolijo, donde se ataca la relación discursiva construida por el sector opositor: objeción de conciencia/derecho; y se desenmascara la estrategia, mediante un recordatorio básico: el aborto es un derecho, no así la objeción de conciencia. La *Campaña* advierte que el sector opositor a la ley hace uso de la objeción de conciencia como “arma”, como “barreras”, “obstáculos” al acceso al derecho a decidir. De esta manera, lucha por instalar nuevos sentidos “de resistencia” al concepto de objeción de conciencia que se busca imponer desde el sector dominante. Apela al mismo recurso el 25 de julio. La publicación de *tuits* con placas de texto más explicaciones en el *copy* y *hashtag* #DictamenSinModificaciones, para explicar lo que proponía la opción Córdoba (presentada por senadores/as de dicha provincia) que buscó instalar cambios en el dictamen del Senado. Una propuesta que apuntaba a penalizar la tentativa de aborto, aún cuando el mismo no se hubiera hecho

factible, en claro retroceso al dictamen de media sanción y también del Código Penal vigente. Por esto mismo, violentaba el principio de no regresividad de los derechos humanos. Esta puntual estrategia implicó once posteos y explicaciones en torno a la opción Córdoba y sus implicancias, pero continuó en los días subsiguientes con los *hashtags* #NosotrxsNoNegociamos y #AbortoLegalSinRetrocesos. En torno a este tema, otra acción de comunicación para la incidencia que articula la *Campaña* se apoya en retuitear el posteo de la cuenta @ActivaCongreso (quien realizó un gran trabajo de cabildeo en las redes sociales y en su web durante el debate, informando qué senadores/as habían adelantado su voto negativo o afirmativo y a cuáles había que convencer, con sus usuarios en *Twitter*). Éste consistió en dar a conocer el nombre y los usuarios en esta red de los/as tres senadores/as que impulsaron la opción Córdoba para que las/os cibernautas/os pudieran escribirles y solicitarles que aprobaran el dictamen de la media sanción, sin modificaciones.

En este periodo de análisis observamos también que la *Campaña* articula con más acciones de comunicación para la incidencia de otros colectivos que hace propias y al compartirlas en sus redes, masifica y otorga grado de viralización. Se trata de las campañas #ContáConNosotrxs; el #EstudiantazoFederal y #ViUnPañueloVerde.

La primera de ellas fue desplegada por la Red de Profesionales de la Salud por el Derecho a Decidir. Consistió en la publicación de una serie de tuits de placas gráficas explicativas y textos que señalaban que la Red funciona a lo largo y ancho del país, acompañando mediante la interrupción legal del embarazo, el deseo de no maternar de muchas personas gestantes. En un lenguaje sencillo y cercano puso en valor el trabajo de la Red, invitando a comunicarse con ella y a confiar en la posibilidad de hallar una solución conjunta. Asimismo, manifestó la necesidad de sancionar la ley IVE, ante una problemática de salud pública que el Estado debía subsanar y garantizar el derecho a todas las personas, en todo el país.

La segunda campaña fue organizada y desplegada por estudiantes de escuelas secundarias de todo el país, a través de sus centros de estudiantes y demás modos de organización. El #EstudiantazoFederal promovió diversas actividades de visibilización, charlas y debate, no solo vinculados a la legalización del aborto, sino también a la militancia por presencia efectiva de educación sexual integral en las escuelas. Mediante el uso de redes sociales se comunicaban las acciones e invitaban a participar. La intervención de la *Campaña* permitió exhibir el alcance que tuvieron dichas acciones.

La tercera campaña, cuyo colectivo fundacional no pudimos conocer, generó una web donde alojar fotografías de personas con pañuelo verde, junto a un pequeño relato. Quien deseara participar solamente debía subir a sus redes personales una foto de un pañuelo verde en algún lugar que lo encontrara (podía ser con una persona o en una mochila, ser el pañuelo propio o el de alguien más) junto a un breve relato y el *hashtag*

#ViUnPanueloVerde. Luego, las mismas se rastreaban desde el *hashtag* y se subían a la web: viunpanueloverde.com, donde se reunieron miles de relatos e imágenes (en el presente de esta investigación la web no funciona más).

Otra característica distinta en esta instancia de análisis, que solo observamos al principio del periodo, deriva de alusiones al discurso opositor y hegemónico en los tuits propios: “Mientras nos dormimos con los "argumentos" de lxs antiderechos te pasamos las fotos del #Pañuelazo en la CGT que son una fuega (emojis puñito, fuego y corazón verde) #AbortoLegalDebateFederal ¡Vamos por todo! (emoji cámara fotográfica) @emergentemedio” (10 de julio); “Argumentos nos sobran, que lxs anti dejen de mentir #AbortoLegalDebateFederal” (10 de julio). Estos posteos con expresiones valorativas negativas respecto del sector opositor solo se observan, en muy poca cantidad, los primeros días, diluyéndose al 100% luego, para volver a obviar los argumentos de dicho posicionamiento.

En cuanto a los formatos utilizados, destinatarios y componentes discursivos, podemos consignar los siguientes aportes. Tal como adelantamos, esta instancia apela a mayor cantidad de piezas gráficas (*flyers*, placas informativas, *gif*, videos breves y fotografías). Se los acompaña siempre de texto, emojis comunes -corazón verde, puñito, brazo en lucha, fuego- y el o los *hashtag* establecidos para esa/s jornada/s, impulsando este mensaje consigna diariamente. Nuevamente, se apela a fotografías y videos breves para ilustrar diversos escenarios y actividades que acompañan los martes y miércoles verdes: música, poesía y literatura; carpas, radio abierta, exposiciones artísticas, pañuelazos, cánticos, abrazos, mateadas, conversatorios, talleres, etc. En estos posteos la *Campaña* se dirige, fundamentalmente, a prodestinatarios, personas a favor del proyecto IVE, que suman con su like, su *retweet* o sus comentarios. Por otra parte, utiliza textos, enlaces de documentos de *drive*, videos, *flyers*, placas gráficas y fotografías con los comunicados y adhesiones de sectores de profesionales, o la búsqueda de firmas de la sociedad civil. También publica notas periodísticas (con el *link* correspondiente) donde se aborda la temática o se presentan voces autorizadas y/o argumentos y expresiones valorativas a favor de la legalización del aborto expuestos ante las Comisiones de Diputados. Y de la misma manera que en Diputados, se publica una placa verde de conteo de los días restantes para la votación en el Senado (al estilo de Crónica Tv). Con estos formatos y mensajes se dirige, principalmente, a paradesinatarios. Es decir, audiencias indecisas, que se encuentran en búsqueda de respuestas y argumentos que le permitan definir su posicionamiento, a quien la *Campaña* busca convencer mediante su comunicación.

En el caso puntual de la cobertura de las disertaciones presentadas ante Comisiones, realiza un seguimiento en vivo de cada martes y miércoles verde. Las publicaciones, como mencionamos previamente, se exponen muy ordenadas y siguiendo la

siguiente estructura: foto del/a expositor/a disertando en el salón del Senado, texto que presenta su nombre y profesión, junto a citas textuales de sus argumentos y el *hashtag* del día. La mayoría de ellas se postea en hilo, con dos o más citas de quien expone. Sólo el 17 de julio, tercera jornada de exposiciones, se obvia la fotografía, sosteniendo el resto de los componentes del discurso señalados.

Con esta metodología, la *Campaña* alude en *Twitter* a casi la totalidad de las exposiciones que se presentan a favor del proyecto de ley durante las siete jornadas ante comisiones en el Senado en el mismo día y momento que suceden. Sin embargo, a diferencia de la primera instancia, casi omite compartir durante este mismo periodo las disertaciones completas que se encuentran disponibles en formato audiovisual en su cuenta de *Youtube*. Todos los posteos de las disertaciones, en sus distintas modalidades, se dirigen principalmente a paradesinatarios y contradestinatarios, dado que el objetivo es disputar sentido con los sectores de la sociedad que dudan o se niegan al proyecto IVE. Podemos consignar, entre ellos, posteos que citan dichos de algunos/as expositores/as. Es el caso del tuit que presenta las palabras de la médica tocoginecóloga María Stella Manzano: "Rogamos que nos respeten. Quien no puede hablar por niñas y mujeres no puede hablar por fetos" Stella Manzano #AbortoDerechoSinObjecion" y, continúa en hilo, "A ningun varón se le obliga a arriesgar su vida", agrega, y sigue con su tesis: "Es 100 veces menos peligroso un aborto que un parto" Stella Manzano #AbortoDerechoSinObjecion". También expresa: "Suecia, Finlandia, Islandia y Dinamarca prohíben la objeción de conciencia". En el Proyecto actual se contempla. "¿Por qué les molesta tanto?", Stella Manzano"; (@Campabortolegal, 18 de julio, 13H). Advertimos, en dichas expresiones, la potencia de algunas palabras o frases valorativas que dan cuenta del presente de las mujeres y personas gestantes como: "rogamos que nos respeten"; "se le obliga a arriesgar su vida". Sin embargo, en este periodo la *Campaña* también invita a sus prodestinatarios a compartir el material para maximizar su alcance, mediante tuitazos y la difusión de los *hashtags* del día, así como a sumarse a las acciones que se llevan adelante en plazas y espacios públicos de todo el país. En esta línea, el 27 de julio publica una sucesión de placas arengando el dictamen y la sanción de la ley sin modificaciones. Entre ellas, consignamos la siguiente: "#NosotrxsNoNegociamos el miércoles 1/8 seremos cientos de miles en el congreso, exigiendo dictamen sin modificaciones. Y el #8A seremos MILLONES exigiendo que se apruebe" (@Campabortolegal, 27 de julio de 2018, 19.30H), junto a un video breve de convocatoria y marea verde en las calles. Otro ejemplo, del mismo día, invita a actividades en distintos puntos del país: "#Córdoba (emoji corazón) AGENDA VERDE (emoji pinche) Ya estamos en la cuenta regresiva para #QueSeaLey y hay muchas actividades para participar, encontrarnos y agitar nuestros pañuelos por el #AbortoLegal -Compartila y sumate a la lucha... <https://facebook.com/CampAbortoLegal/videos/2150215...>

(@Campabortolegal, 26 de julio de 2018, 21.40H). Asimismo, una acción de comunicación para la incidencia importante de la *Campaña* en este periodo de análisis, dirigida a sus prodestinatarios, es desplegada el 27 y 28 de julio, ante la falta de respuesta del gobierno de la Ciudad para pautar una reunión que permita organizar la vigilia del debate en el Senado, el 8 de agosto. Por ello, la *Campaña* visibiliza la situación en algunos posteos y acompaña de una encuesta en la cual participan más de 18 mil usuarios/as, junto a la opción de respuesta Sí/No:

#NosotrxsNoNegociamos Autoridades del GCBA no confirman reunión pedida tras la media sanción para distribuir el espacio público el #8A. No nos permiten planificar la vigilia y la seguridad de más de 2 millones de personas ¿Queremos la Plaza de los Dos Congresos toda de verde?" (@Campabortolegal, 27 de julio, 21,03H).

Reitera la acción ambos días, retuiteando la encuesta y entusiasmado: "Vamos viralicemos! Exigimos que el vallado esté cruzando la plaza, queremos la plaza toda verde. Pero las autoridades de GCBA no confirman reunión y esto nos impide organizar la vigilia. #NosotrxsNoNegociamos" (@Campabortolegal, 27 de julio, 22,58H) y "No paren! Sigán viralizando! Demostremos que somos millones que exigimos la plaza completa de verde! Votemos todes" (@campabortolegal, 28 de julio, 00,19H).

Dentro de los componentes discursivos de los posteos de este periodo, nuevamente se destacan los *hashtags* que diseñó la *Campaña*, día a día, reforzando los principales argumentos en defensa de la legalización del aborto que los y las disertantes iban presentando en las jornadas, así como desacreditando o cuestionando los decires en contra de la ley y las propuestas y rumores que circularon de la mano de los/as propios/as senadores/as durante este periodo. Observamos una estrategia de comunicación para la incidencia muy atenta a las necesidades de esta etapa donde la mayoría de los argumentos han sido expuestos y defendidos y lo que resta es contrarrestar discursos falaces así como presionar para garantizar un dictamen sin modificaciones respecto de la media sanción. Es, principalmente, a través de los *hashtags* que se visibiliza la comunicación para la incidencia de la *Campaña*, batallando por alcanzar la sanción de la ley de interrupción voluntaria del embarazo.

En primer lugar, la *Campaña* comienza con el *hashtag* #AbortoLegalDebateFederal, el cual utilizó durante las dos primeras jornadas, el 10 y 11 de julio. Alude con él al carácter federal de la cámara alta, compuesta por tres representantes por provincia y, simultáneamente, a la procedencia de quienes exponen ante comisiones.

Durante la tercera jornada, el *hashtag* elegido es #AbortoLegalEsSalud, retomando la idea consigna de instancias previas de advertir las consecuencias del aborto clandestino como una problemática de salud pública. Sin embargo, durante ese día, como ya mencionamos, los argumentos de los y las expositores del sector opositor a la ley se

enfocan en la objeción de conciencia de los y las profesionales de la salud, y defienden el concepto como un derecho adquirido que el proyecto se propone atacar. Ante esta construcción de sentido que busca correr el foco del histórico derecho vulnerado y sus protagonistas, victimizando al sector médico que se opone a la IVE, la *Campaña* apela en la cuarta jornada de debate en comisiones (el 19 de julio) al *hashtag* #AbortoDerechoSinObjeción. Mediante el mismo se dirige, especialmente, a sus contradestinatarios, expositores/as y senadores/as, así como a los y las profesionales de la medicina y otros ámbitos que han operado en torno a la finalidad de la objeción de conciencia y la propuesta del proyecto de ley al respecto. Con este *hashtag* busca reinstalar en el discurso social que el “derecho” negado, vulnerado, invisibilizado es el del aborto, no la objeción de conciencia. Y que ninguna objeción del sector médico puede intervenir y menos impedir que se ejerza un derecho, por lo cual el proyecto contempla la objeción individual pero no la institucional que debe responder y garantizar la práctica de quien la solicite. La *Campaña* explica lo planteado en varias publicaciones con una estrategia didáctica pero también de contraofensiva, buscando volver el eje de la discusión al negado derecho a decidir, tal como explicitamos previamente.

En la quinta jornada de exposiciones ante comisiones, el 24 de julio, la *Campaña* utiliza los *hashtags* #AbortoEnSenadoYa #SeráLey, retomando las presiones para obtener un dictamen que ratifique la media sanción y no dilate el proceso (lo cual sucedería si se introducen cambios que, tras aprobarse, exijan regresar el proyecto a la cámara de Diputados). Tal como en etapas anteriores, tanto la marca temporal “ya” (deíctico) como la afirmación de “será ley” da cuenta de la urgencia de la sanción, del consenso social alcanzado, de la marea verde que articula la lucha de una genealogía de mujeres y disidencias bregando por sus derechos sexuales y (no) reproductivos. Insiste que es ahora (en ese momento) y exige el compromiso de los y las senadoras con esa marea a la cual representan.

Tras los dichos de algunos/as senadores durante las exposiciones y también, públicamente, fuera de ellas, la *Campaña* insiste durante la sexta jornada (el 25 de julio) con la urgencia de la sanción de la ley y, para ello, de un #DictamenSinModificaciones. Durante este día, tal como ya explicamos en párrafos anteriores, la *Campaña* apela a la estrategia didáctica de explicar la “Opción Córdoba”, propuesta por legisladores/as de dicha provincia, y argumenta en contra de la misma desde una perspectiva de derechos humanos. En cada una de las placas gráficas que diseña y postea, así como en las declaraciones que presenta de los/as distintos/as disertantes, suma este *hashtag*, fortaleciendo el sentido ya manifiesto en esta instancia: el tiempo es ya, los feminismos, la marea verde, no aceptarán retrocesos ni propuestas que signifiquen impedimentos y vulneraciones. A esta consigna se suma, también durante este día, el *hashtag* #AbortoNuestraOpción, que funciona de manera

similar a otro ya utilizado previamente: #AbortoNosotrasDecidimos. También sobre la base de los derechos humanos, #AbortoNuestraOpción recuerda que la práctica, tras años y años de militancia de los feminismos, logró romper el umbral de lo silenciado, lo “indecible” en términos de Angenot. Y que, además de ser un hecho real, que ni la clandestinidad ha detenido durante todos los años precedentes, solo requiere de la decisión de la persona gestante para llevarse adelante. Se trata, como explicamos con otras consignas similares, de un signo doblemente destinado: a las mujeres del presente (que militan esta ley o que requieren de esta práctica) y a las del pasado: a las que lucharon por este derecho y a las que murieron por abortos clandestinos.

#AbortoNuestraOpción junto a #DictamenSinModificaciones, insiste en la urgencia de que el estado garantice la autonomía de las mujeres y su derecho a decidir y destaca que los feminismos estarán alertas ante cualquier intento de dilatar la concreción de esta ley.

Esta estrategia de comunicación, basada en la consigna señalada, se sostiene durante los días subsiguientes (del 26 al 30 de julio), con los *hashtags* #NosotrxsNoNegociamos y #AbortoLegalSinRetrocesos. Los mismos acompañan posteos en la misma línea, con claras expresiones valorativas en contra de cualquier cambio que implique dilaciones, como los que exponen en distintas placas gráficas fragmentos del comunicado que elabora la *Campaña* el 27 de julio, titulado “No negocien con nuestros derechos”. Un ejemplo de ellos es el que versa: “Rechazamos cualquier modificación al articulado que tiene media sanción en diputados #NosotrxsNoNegociamos con nuestros derechos! #AbortoLegalSinRetroceso” (@campabortolegal, 27 de julio, 15.29H) u otro que señala: “Exigimos #AbortoLegalYa pero no vamos a conformarnos con una ley que sea inaplicable y que permita a los antiderechos obstaculizar el acceso a la IVE. #NosotrxsNoNegociamos y esperamos que lxs senadores comprometidos con nuestros derechos tampoco” (@campabortolegal, 27 de julio, 15,35H).

Finalmente, durante la séptima y última jornada de exposiciones ante comisiones, el 31 de julio, la *Campaña* usa el *hashtag* #SenadoresQueSeaLey, dirigido a comprometer a los y las senadoras con un dictamen sin modificaciones y la posterior sanción de la ley. Junto a esta consigna se publican numerosos posteos con el *hashtag* #OperaciónAraña que da cuenta de una acción política muy potente que se lleva adelante en las estaciones de subte de la ciudad de Buenos Aires, mediante diversas intervenciones y performances, organizadas por los colectivos *Ni Una Menos*, la *Campaña* y *Metrodelegadas*, para vestir de verde el espacio público y visibilizar “los conflictos sociales que atraviesan las vidas de las mujeres y de todas las personas con capacidad de gestar, teniendo como centro urgente la legalización del aborto” (@campabortolegal en *Facebook*, 30 de julio, 13H). Durante el 30 de julio se informa e invita a participar de esta acción en todas las redes y, en *Twitter* con la

siguiente descripción: “En breve se viene... #OperaciónAraña #DesdeAbajo hacemos temblar la tierra por #AbortoLegalYa #8A #SeraLey” y el link de *Facebook* de la *Campaña*, donde se explicita en qué consiste la operación. El 31, en cambio, se usa el *hashtag* para acompañar fotografías y videos de dichas intervenciones.

Por último, ya fuera del margen de análisis de este periodo, el 1 de agosto -día en que se espera el dictamen del Senado- la *Campaña* publica numerosos tuits que visibilizan las múltiples actividades que se llevan a cabo en todo el país, exigiendo un dictamen favorable y sin modificaciones, con los *hashtags* #EstamosHaciendoHistoria #8A #SomosFuego. Con ellos se dirige directamente a sus prodestinatarios, a la marea verde, para que ejerza presión e inunde el espacio público nacional al grito de aborto legal ya.

En este periodo de análisis, al igual que esta instancia en Diputados, la *Campaña* elabora un microinformativo en el cual, en menos de 2.20 minutos (límite de tiempo que impone la plataforma *Twitter*), sintetiza algunos de los argumentos expresados durante los martes y miércoles verde, junto a un breve análisis. Sin embargo, por motivos que desconocemos, sólo desarrolla y publica dos de ellos (microinformativo 1 y 2), correspondientes a las primeras cuatro jornadas de exposiciones (10, 11, 17 y 18 de julio). Estos microinformativos se encuentran subidos en la cuenta de *Youtube* de la *Campaña* junto a 16 de las disertaciones, sobre un total de más de 70 a favor de la legalización. Es posible que algún impedimento técnico haya dificultado acceder a la totalidad de las exposiciones y realizar los microinformativos de las últimas tres jornadas.

6.4.1 Disertaciones a analizar

Si bien la cantidad de disertaciones de este periodo de análisis es mucho menor al de comisiones en Diputados, reiteramos el recorte para analizar en mayor profundidad algunas exposiciones, evitando la reiteración innecesaria de argumentos y recursos utilizados. Respetamos el criterio elegido en la instancia de comisiones en Diputados con una salvedad. En la instancia precedente, optamos por una voz del activismo, una del ámbito del derecho, una por la medicina y, finalmente, una correspondiente a testimonios; cada una de las áreas de representación con mayor reincidencia entre estas disertaciones. En este caso, no se presentaron voces directamente vinculadas a víctimas de abortos clandestinos, por lo cual prescindimos de esa perspectiva. Sin embargo, decidimos incorporar en este periodo, los dos microinformativos elaborados y difundidos por la *Campaña*, que se mencionaron previamente, para sumar a la observación más análisis de la comunicación para la incidencia del colectivo.

Comenzamos, entonces, con la voz correspondiente al activismo. En este caso, se trata de Julia Martino, integrante y referente de la *Campaña por el Derecho al Aborto*. Su intervención se perfila de manera directa como portavoz del colectivo y relata

detalladamente su genealogía, su recorrido y crecimiento, sus acciones de incidencia y su presente de marea verde. Es, quizá, el mejor ejemplo de voz enunciativa de la *Campaña* que encontraremos en todo el análisis de este 2018. Su presencia no adquiere mucha relevancia en los posteos de la *Campaña* en *Twitter*, ese 18 de julio (tercera jornada). Sin embargo, el relato pausado y ordenado de Martino da cuenta de lo ya observado sobre la estrategia de comunicación para la incidencia de la *Campaña* en esta instancia de análisis. Se evidencia un gran proceso de maduración, de lectura de la coyuntura político-social y sus exigencias. Un orden y organización de los argumentos y las acciones a llevar adelante por cada integrante de la *Campaña* que expone, para no repetirse ni perder la posibilidad ni el tiempo de esta instancia ante el Senado, a sabiendas que es la cámara más compleja de sortear. La principal estrategia de comunicación para la incidencia de esta instancia es alcanzar la sanción de la Ley IVE y la *Campaña* no deja nada al azar para lograrlo.

Con un único posteo en *Twitter* con la fotografía de la exposición en el Senado de Julia Martino se resume toda su presentación con una breve frase, junto a su nombre, la mención de la *Campaña* y el *hashtag* del día: #AbortoDerechoSinObjecion: "Somos una articulación de organizaciones. Acordamos nuestro símbolo, la consigna y nos propusimos llevar el derecho al aborto del feminismo a la sociedad". Julia Martino de @CampAbortoLegal #AbortoDerechoSinObjecion" (@campabortolegal, 18 de julio, 13.59H).

Mediante dicha cita y el resto de su argumentación, Martino se dirige principalmente a paradesinatarios/as y contradestinatarios/as. Es decir, diputados y diputadas que desconocen del gran camino realizado por la *Campaña por el Derecho al Aborto* y sus predecesoras, así como aquellos/as que se oponen a sus consignas y acciones, a quienes viene a enfrentar, destacando el consenso social alcanzado. Sin embargo, y sobre todo a través de la mención de la *Campaña*, también les habla a sus prodestinatarios, con el fin de que se difunda y comparta en redes sociales su decir, incidiendo en las tendencias de *Twitter* y, a partir de ello, en el discurso mediático y social de la jornada. De esta manera, le recuerda a la marea verde todo lo recorrido y transitado. Destaca a para y contradestinatarios que dicho recorrido construyó una sociedad preparada no solo para el debate que se está dando, sino para convertir en ley un derecho históricamente negado. Para ello afirma:

Creemos que hemos logrado lo que llamamos la despenalización social del aborto, porque ahora sí se habla el tema, ahora está en todos lados. Se habla en la familia, en el trabajo, en la escuela. Y en grandes sectores de la población, lo han tomado, especialmente la juventud y la adolescencia, lo han tomado como una de sus reivindicaciones principales, además del derecho a recibir educación sexual.

gracias al crecimiento que ha tenido nuestra sociedad, el movimiento de mujeres, lesbianas y trans, expresado en los multitudinarios Encuentros Nacionales de Mujeres (...) en las marchas de Ni Una Menos, contexto en el cual se inscribe la *Campaña*, es que hemos logrado generar

esta demanda en la sociedad por el derecho al aborto y, al fin, la política está dando una respuesta a esa demanda tratando el proyecto de ley de interrupción voluntaria del embarazo.

Como ya mencionamos, durante esta instancia no se publican los *links* de *Youtube* con las exposiciones completas de estas jornadas. Creemos que porque no se dispone de todas y algún impedimento técnico debe haberse enfrentado. Sin embargo, decidimos analizar voces que se encontraran entre las disponibles en el archivo de la cuenta de la *Campaña* en dicha red. A partir de la desgrabación de la exposición completa de Julia Martino podemos complementar este análisis discursivo y sus estrategias de comunicación para la incidencia. En este caso, la disertación de Julia Martino rescata la construcción colectiva y federal de la *Campaña*, su crecimiento, su horizontalidad, la diversidad de espacios que la conforman:

Esta Campaña se inicia en el 2005. Somos mujeres de organizaciones feministas, sociales, sindicales, políticas, cooperativas, culturales y pertenecemos o vivimos en casi todas las provincias de Argentina. Somos una articulación de organizaciones. Estamos organizadas en forma plural, federal, democrática y autónoma, que recoge la experiencia de mujeres y grupos que venían luchando por el derecho al aborto desde mucho antes de 2005.

Recupera y pondera sus objetivos, su consigna, su bandera:

Acordamos el símbolo de la Campaña (...) es este pañuelo verde que tiene la consigna (...) la consigna y los fundamentos básicos del derecho al aborto como una cuestión de salud pública, de justicia social e igualdad, de defensa de los derechos humanos y de democracia. Nos propusimos llevar el derecho al aborto del feminismo hacia la sociedad...

Cuestionamos la sexualidad solo para la reproducción. Cuestionamos la maternidad como un destino ineludible para las mujeres.

...la propuesta de la Campaña expresada en su lema que es "Educación sexual para decidir, Anticonceptivos para no abortar y Aborto legal para no morir". Creemos que son esas tres políticas públicas juntas las que garantizan el goce de los derechos sexuales y reproductivos, las que protegen la salud y la vida y las que han demostrado que disminuyen el número de abortos y las muertes por aborto y las enfermedades productos del aborto inseguro.

Y detalla las acciones políticas y de incidencia llevadas a cabo, junto a la multiplicidad de sectores que integran la *Campaña* y han sido sus protagonistas:

...realizamos múltiples acciones a lo largo y ancho del país, buscando que el tema deje de ser un tabú y pueda hablarse;

...realizamos acciones de incidencia con organismos de derechos humanos, en las facultades y universidades, y destacamos la resolución de apoyo del Consejo Interuniversitario Nacional;

...hay una Red de Docentes por el Derecho al Aborto que han elaborado guías para docentes, para ver cómo se trata el tema en las escuelas.

Las abogadas que integran la Campaña han acompañado y patrocinado múltiples casos de interrupciones legales del embarazo (...) que fueron negadas y judicializadas (...) Sobre toda la jurisprudencia producida (...) fueron tenidos en cuenta por la Suprema Corte de Justicia de la Nación para el fallo FAL;

Socorristas en Red, que son compañeras de la Campaña que están haciendo lo que el Estado creemos debería hacer ante una mujer que va a abortar de cualquier manera, que es cuidar su salud, escucharlas, darles toda la información, aceptar sus decisiones sin juzgarlas, articular con los servicios de salud para los controles que sean necesarios o si se encuadran dentro de las causales de aborto legal;

...desde el año 2014 también se ha conformado una Red de Profesionales de la Salud por el Derecho a Decidir (...) para cumplir en la salud pública con el brindar el servicio de anticoncepción y garantizar las interrupciones que hoy son legales.

Con toda esta descripción de pluralidad y construcción colectiva, la argumentación busca demostrar el consenso social instalado y lo oportuno del momento de debate y sanción de la ley. Martino destaca, con frases valorativas concisas, que la principal acción de incidencia de la *Campaña* ha sido la elaboración y presentación de siete proyectos de ley en el Congreso de la Nación:

...elaboramos un proyecto de ley que despenaliza y legaliza el aborto hasta las 14 semanas de gestación y que venimos presentando en la cámara de Diputados desde el año 2007. Tiene la potencia de una construcción colectiva y de la pluralidad de los apoyos. El 6 de marzo de este año lo presentamos por séptima vez, con la firma de 72 diputadas y diputados de todos los bloques políticos.

En este punto de su disertación, la referente de la *Campaña* valora la perspectiva abierta al diálogo y mediadora del colectivo en la instancia de Diputados:

La elaboración del dictamen en el plenario de las cuatro comisiones fue un verdadero ejercicio democrático de construcción de acuerdos y consensos, para llegar a acordar el texto de la media sanción que amalgama el proyecto inicial nuestro, de la *Campaña*, con otros nueve proyectos sobre el tema presentados por los bloques más grandes. La media sanción resultante, aunque es muy diferente a nuestro proyecto, creemos que da una respuesta razonable al grave problema de salud pública que significan los abortos inseguros y clandestinos, y respeta a las mujeres y personas gestantes.

Y dicha acción es utilizada para señalar que la *Campaña* está dispuesta a promover acuerdos, siempre y cuando no signifiquen retrocesos, dilaciones ni vulneraciones sobre el derecho a decidir, propuestas en el proyecto presentado y la media sanción ya alcanzada:

...solo la despenalización no resuelve el problema y resulta una discriminación enorme, pues cristaliza la desigualdad y la pobreza, dejando a las mujeres liberadas a su suerte, a sus recursos económicos, de oportunidades y de educación. No cambiaría nada, el problema de salud seguiría, ya que seguirían recurriendo por falta de medios, a recursos, al aborto inseguro.

...toda ley es perfectible, que algunas cosas se pueden mejorar en la reglamentación pero, opinamos, que modificarlas ahora en el contexto actual pondría otra vez los derechos de las mujeres y personas gestantes como pieza de negociación y de especulaciones y estos derechos pasarían a un segundo plano. Implicaría dilatar la consagración de un derecho que creemos urgente.

Finalmente, la expositora cierra batallando en la arena de combate contra la construcción de sentido hegemónica que se opone a la sanción de la ley tal como fue aprobada en Diputados. A través de Julia Martino, la *Campaña* reitera que el momento político ha llegado, que la sociedad no sólo lo reconoce sino que lo exige y que el movimiento es marea verde y sigue creciendo, sustentado de un largo recorrido de lucha y también de grandes pérdidas:

Queremos la aprobación de la media sanción sin modificaciones, así lo demanda una sociedad que ya lleva el verde como bandera, que nos movilizó en las calles, en las plazas, en las

escuelas, en lugares de trabajo, en los teatros, en los medios, en las redes y en el Congreso, en esa vigilia maravillosa de un millón de personas del 13 y 14 de junio (...) El 8 de agosto seremos muchas más.

...la Campaña cuenta hoy con el apoyo de 500 organizaciones y con cientos de miles de firmas de diversos colectivos profesionales, artísticos, de trabajadores, entre otros. Y las encuestas muestran que más del 60% de la población está de acuerdo con la despenalización y legalización del aborto. Desde esta Campaña seguiremos haciendo historia. Escuchemos a nuestro pueblo y a nuestras mujeres, que el derecho al aborto sea ley.

Respecto a la voz correspondiente al ámbito del derecho, analizamos la exposición de Natalia Gherardi, abogada feminista, docente, directora Ejecutiva del Equipo Latinoamericano de Justicia y Género (ELA) y consultora de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Gherardi expone en la segunda jornada ante comisiones, el 11 de julio, a las 13H. En *Twitter* se presentan seis posteos, en hilo, de sus dichos durante esa jornada. En el primero de ellos se publica su fotografía, durante la exposición, junto a una cita de sus argumentos y el *hashtag* de la jornada: #AbortoLegalDebateFederal. Los subsiguientes sólo apelan, como componentes del discurso, a fragmentos de su exposición y al *hashtag* mencionado.

De esta manera, Gherardi encuadra su disertación en la estrategia fundamental de la comunicación para la incidencia de esta instancia: alcanzar la sanción de la ley. Para ello se vale de argumentos y expresiones valorativas enmarcadas en su ámbito de incumbencia (expuestos también en la instancia de comisiones en Diputados). La abogada se enfoca en dos ejes: la desigualdad que promueve la normativa actual sobre mujeres y personas gestantes y los modos en que se vulnera en la práctica médica la legislación vigente (la ILE, avalada por el artículo 86 del Código Penal y ratificada por el fallo FAL de la Corte Suprema de Justicia). Señala la constante negación y judicialización de abortos no punibles, así como la persecución, imputación y encarcelación de personas que se acercan a espacios de salud en búsqueda de asistencia por la interrupción de un embarazo que, en muchos casos, se trata de abortos espontáneos. Por esto mismo, se dirige fundamentalmente a paradestinatarios, a quienes pretende convencer advirtiendo que la normativa es "racional" y solo implica una ampliación de la existente, tal como se cita en dos posteos diferentes, en hilo:

...se propone establecer una propuesta normativa que contribuya a eliminar las barreras que impiden el ejercicio del derecho" al aborto, agrega #AbortoLegalDebateFederal;

El Proyecto que tiene media sanción y que viene de @DiputadosAR merece ser Ley porque propone una salida racional" a la problemática", dice la abogada feminista ante el @SenadoArgentina #AbortoLegalDebateFederal.

Sin embargo, también batalla en la puja de sentidos con los contradestinatarios, lo cual se puede observar en el siguiente posteo:

"No estamos en un contexto de prohibición absoluta", agrega, respondiendo a las exposiciones de lxs antiderechos que no sólo proponen conservar un statu quo penal sino además retroceder en derechos conquistados #AbortoLegalDebateFederal.

En cuanto a los valores de interacción de estos seis posteos, encontramos en sumatoria: 40 *retweets*, 134 me gusta y 2 tuits citados. Estos últimos corresponden con la publicación inicial de la serie:

Ahora expone la abogada Natalia Gherardi en @SenadoArgentina: "estamos en una situación de desigualdad a lo largo y ancho del país", dice afirmando que es un privilegio acceder a la salud integral para las mujeres argentinas #AbortoLegalDebateFederal.

Mediante la desgrabación de la exposición completa, disponible en la cuenta de *Youtube* de la *Campaña*, podemos analizar más detalladamente el discurso de Gherardi. Al respecto, podemos señalar que en su argumentación comienza destacando que el derecho a la interrupción legal del embarazo existe en la Argentina, mediante el artículo 86 del Código Penal y la interpretación llevada adelante por la Corte Suprema de Justicia, mediante el fallo FAL. Explica, apelando a varias adjetivaciones y expresiones valorativas, que dicho derecho establece causales que habilitan el ejercicio de este derecho, no obstante, se trata de un derecho constantemente vulnerado:

...las posibilidades para el ejercicio de ese derecho, a lo largo ya lo ancho del país, son sumamente desiguales. Son injustas, son arbitrarias y son dispares (...) Y está sujeta a la posibilidad de gozar de ciertos privilegios: de haber accedido a la información, a los métodos anticonceptivos, a la atención adecuada e integral de la salud. Y eso que también es un derecho, hoy está mediado por privilegios. Hay quienes gozamos de esos privilegios y quiénes no.

Frente a ello, Gherardi disputa la construcción de sentido opositor en cuanto a los ejes a debatir respecto del aborto, advirtiendo que el foco en el presente no gira en torno al inicio de la vida o si la legislación tiene la "obligación de brindar protección absoluta a la vida intrauterina", ya que dichos aspectos han sido saldados en la normativa vigente:

Ese Congreso, en ese momento, ya decidió que las mujeres no podíamos ser obligadas, bajo amenazas de sanción penal, a correr, poner en riesgo nuestra vida o nuestra salud para llevar adelante un embarazo, ni podríamos ser obligadas a continuar un embarazo producto de una violación, negando nuestra autonomía y nuestra dignidad. Esa decisión ya está zanjada.

Tras esta crítica, Gherardi va más allá y afirma que lo que corresponde debatir, entonces, es la posibilidad de despenalizar y legalizar el aborto "en un contexto de no prohibición absoluta", pasando de un régimen de causales a uno mixto, que incorpora un plazo de 14 semanas para que la persona gestante decida interrumpir un embarazo y pueda hacerlo sin dar razones frente al sistema de salud: "Esa diferencia es importante pero tampoco es abismal". De esta manera, la abogada deslegitima el discurso opositor por apelar a discusiones ya cerradas y destaca que su "posicionamiento antiderechos" ha exigido a los movimientos de mujeres el bregar por este proyecto de ley:

...por qué es importante seguir adelante con esta despenalización, con esta legalización, incorporando un sistema de plazos? Porque el derecho penal no solamente ha sido totalmente ineficaz para impedir que las mujeres interrumpan sus embarazos (...) sino que

además la amenaza de la sanción penal ha sido usada como una herramienta espuria para limitar el acceso al derecho que hoy reconoce la ley.

Paradójicamente, la abogada responsabiliza al sector opositor (y sus diversos protagonistas en el ámbito médico y legal), de promover que la lucha por el derecho a decidir se hiciera más fuerte y exigente, ante los constantes impedimentos de acceder a la interrupción legal del embarazo:

Lo que hace este proyecto es sistematizar otras normas, otros derechos que ya están en nuestro ordenamiento jurídico, brindando certezas a los profesionales de la salud, a las instituciones del estado pero, sobre todo, a las mujeres, respecto de cuál es el derecho aplicable, el derecho que nos asiste y qué es lo que tenemos posibilidades de exigir. Las voces que proponen no acompañar este proyecto parecen, a veces, también querer retroceder a una situación anterior a la sanción del Código actual y eso no es posible, eso no es permisible por el ordenamiento jurídico y creo que tampoco por la sociedad argentina.

Posteriormente, la abogada realiza una enumeración de lo que implica el proyecto de ley con media sanción y con ello, recupera las consignas de la *Campaña* y de la genealogía de los movimientos de mujeres que bregaron por el derecho a decidir. Gherardi apela al discurso diferido, en términos de Bajtin, ya que recoge, en primer lugar, lo planteado por el Código Penal y Civil y el fallo FAL de la CSJ:

¿Qué establece el proyecto que tiene media sanción? Establece un derecho al aborto. Ese derecho es nuevo? No, está en el artículo 86 del Código Penal. Está y lo ratificó la Corte en los términos del caso FAL.

También recurre al discurso ajeno, al consignar en detalle las implicancias del último proyecto elaborado por la *Campaña* y con media sanción de Diputados, así como las consignas y argumentos reiterados por el colectivo:

Ratifica las causales en caso de violación y la forma en que se establece, aclarando que no hace falta la denuncia y alcanza con la declaración jurada de la mujer. Se refiere al peligro en la vida o la salud de la mujer y hace referencia a la salud como derecho humano, como no podría ser de otra manera.

Incorpora, sí algo distinto, que es el caso de diagnóstico de inviabilidad de vida extrauterina del feto

Establece el consentimiento de niñas y adolescentes en los mismos términos que el Código Civil. Establece la objeción de conciencia, tal como lo estableció la Corte en el caso FAL y en los mismos términos que hace la Ley de Anticoncepción Quirúrgica que también está vigente. Recuerda la importancia de la educación sexual integral, reforzando una ley que lleva más de 10 años de vigencia y con muy poco cumplimiento, reconociendo la importancia de prevenir las situaciones que llevan a los embarazos no deseados o no planificados o en situaciones en los que no se ha tenido acceso a la información o a los métodos anticonceptivos. El gran cambio es el plazo.

Con esas pocas modificaciones que mencionaba y ese plazo de 14 semanas inicial, es una estrategia adecuada para superar las barreras de acceso institucionales, burocráticas e ideológicas que hoy existen y también es una estrategia adecuada para reconocer la autonomía de las mujeres, reconocer la capacidad de las mujeres para identificar las razones propias e íntimas para una interrupción de embarazo.

Finalmente, la abogada apela a otros argumentos vinculados al sistema de salud. En primer lugar, afirma que la legalización del aborto permitiría mejorar la confianza entre médicos/as-pacientes:

La relación entre médicas, médicos y pacientes necesita construir sobre la base de una relación de confianza de las mujeres con el sistema de salud y del sistema de salud en las mujeres.

La interacción tiene que ser una oportunidad para la atención integral que hoy no es aprovechada por la amenaza que representa el derecho penal a las mujeres.

Y también optimizar la relación entre los/as profesionales de la salud:

Y dentro del sistema de salud también hay profesionales que trabajan con desconfianza respecto de sus colegas, de sus jefes de servicio (...) porque la amenaza penal también ha servido y se usa para ejercer presión y amenazar a los colegas.

Gherardi cierra su exposición reiterando lo que ha formulado y defendido con sólidos argumentos legales: “este proyecto lo que propone es esto, es un espacio para el ejercicio de la libertad. Es un proyecto razonable: Es un buen proyecto. Espero que sea ley”.

La tercera voz que traemos para analizar en esta instancia es la correspondiente al ámbito de la medicina y seleccionamos para ello a Adolfo Rubinstein, ministro de Salud de la Nación, reconocido investigador de CONICET y docente de la UBA, dada la incidencia que su argumentación implicó, tanto en el sector político como en el ámbito de la salud. El médico expuso el 24 de julio, quinta jornada, y la *Campaña* le otorgó mucha relevancia en *Twitter*, con 10 posteos en hilo, con los múltiples datos facilitados en su discurso (se trata de la exposición con más posteos en hilo de esta instancia).

Al igual que las anteriores disertaciones, la estrategia para la incidencia de esta intervención consistió en alcanzar la sanción de la ley, mediante la argumentación de una amplia variedad de datos estadísticos procedentes del ministerio de Salud de la Nación, la OMS y otras fuentes avaladas y fiables. Dicha información, presentada por el ministro de manera ordenada y visual, con una serie de diapositivas con gráficos de barra, cuadros de doble entrada y demás recursos, apuntan a demostrar que un marco normativo que garantice el aborto legal, seguro y gratuito es una herramienta fundamental para la disminución de muertes maternas y demás complicaciones afines a la interrupción de un embarazo y, además, que disminuye sustancialmente los costos y gastos del sistema de salud. Con su exposición, Rubinstein se dirige principalmente a para y contradestinatarios. En el caso de paradestinatarios, brinda un abanico completo de datos cuantitativos, de estimaciones y de comparaciones que responden muchas dudas planteadas en torno al aumento o disminución de casos de aborto ante la legalización, los riesgos de la práctica, los gastos que implicaría para el sistema de salud responder “a demanda” al deseo de interrupción voluntaria del embarazo, entre otras. Pretende, con ellos, resolver las inquietudes que dificultan decidir si apoyar o no la media sanción del proyecto. Algunos

ejemplos de ello se encuentra en los siguientes posteos: "En caso de que la Ley de IVE sea sancionada, el 90% de los abortos sería con medicamentos" y se posiciona para que se termine con el "negocio del aborto que todos sabemos que existe" . Adolfo Rubinstein #AbortoEnSenadoYa #8A #SeráLey"; "Los costos son por las complicaciones" e informa que el presupuesto para la implementación "serán asumidos a través de la dirección de salud sexual y reproductiva". Adolfo Rubinstein #AbortoEnSenadoYa #8A #SeráLey"; "Los países que tienen marcos restrictivos no reducen los abortos sino aumentan los riesgos por abortos inseguros". Adolfo Rubinstein #AbortoEnSenadoYa #8A #SeráLey".

En tanto que a contradestinatarios, el ministro les cuestiona supuestos y datos erróneos presentados, así como ataques y calumnias que han recaído sobre su persona. Destaca reincidentemente su carácter de investigador y el valor que le otorga a los datos y las fuentes, tal como observamos en el siguiente posteo: "La función que cumplí es fijar la posición de la salud pública sobre el tema. No es mi posición personal. Presenté los datos que están ahí. El problema existe y afecta a población vulnerable". Adolfo Rubinstein #AbortoEnSenadoYa #8A"

Asimismo, afirma que apela en su disertación a fuentes de información serias, confiables y contrastadas. También explica, cuando corresponde, de qué manera se establecen "datos estimados", ante el contexto de clandestinidad que impide tener los mismos de manera fiel y concreta. Por ejemplo, al comenzar su exposición, advierte:

...por mis antecedentes, yo vengo de la investigación y he tenido siempre un respeto enorme por los datos y por la rigurosidad de los datos. Y los datos que yo dé son datos que han sido chequeados, validados, son sólidos y son robustos, son datos oficiales del ministerio de Salud que se han venido recogiendo con la misma metodología en las últimas décadas y las estimaciones van a ser estimaciones basadas en esos datos y en las mejores evidencias científicas.

Los destinatarios del discurso de Rubinstein y, mediante sus palabras, de la propia Campaña, también se evidencian en los *hashtags* elegidos para esa jornada y que ya explicamos previamente. Todos los posteos del ministro, además de citas de su decir, se publican acompañados de: #AbortoEnSenadoYa #8A #SeráLey, lo cual da cuenta de cómo se exige a los y las senadoras indecisas y a quienes se oponen, que se comprometan con el proyecto, ante un momento histórico y una sociedad que lo reclama.

En cuanto a los valores de interacción de dichas publicaciones, que reiteramos, corresponden con los datos obtenidos al momento de análisis y no a la jornada concreta de publicación o los días subsiguientes (por tanto pueden existir leves diferencias en los valores actuales en relación a los que efectivamente incidieron en dichos discursos, por la fecha del suceso), observamos que presentan alta repercusión, en comparación con otras exposiciones de la jornada y de esta instancia. De este modo, la sumatoria de los 10 posteos promueve: 248 retweets, 14 tweets citados, 577 me gusta y 2 comentarios en

contra, pero desde la defensa de la “vida desde la concepción”, sin contraargumentar los datos formulados por el médico. El posteo que presenta más interacción, de entre los 10, corresponde al primero de todos, que se publica con su fotografía y el siguiente texto, que refiere a datos de abortos complicados, según datos del ministerio de Salud de la Nación, de 2014:

Ahora Ministro de Salud de la Nación, Adolfo Rubinstein en el @SenadoArgentina "Son entre 44 mil y 53 mil los egresos anuales en los últimos 5 años", afirma. "El 70% es aborto de forma insegura", y la brecha de desigualdad "es de información" #AbortoEnSenadoYa #8A #SeráLey.

A partir del desgrabado de la exposición completa de Rubinstein, disponible en la cuenta de *Youtube* de la *Campaña*, y de la visualización atenta de las placas que se van mostrando en el video, realizamos el siguiente análisis discursivo.

La exposición del ministro es de carácter didáctico y comienza explicando cuál será la estructura de la misma y la procedencia de los datos que consigna, tal como ya comentamos. Al hacerlo, interpela de manera directa a los y las senadoras:

Entiendo que muchas veces los datos y las evidencias pueden ser más o menos cómodos para cada uno de ustedes, pero la realidad es que el objetivo es que la decisión que tome cuál fuere está informada por la mejor evidencia posible, por la mejor calidad de los datos y ese es el objetivo.

De esta manera, consigna inicialmente los siguientes datos, provenientes de lo recogido por el ministerio de Salud de la Nación durante todo el 2014:

Las estadísticas que tenemos en el ministerio son las de hospitalizaciones por aborto complicado en Argentina. Estas cifras, en el año 2014, que es la última base de datos procesada (...) son 47.063 abortos en los últimos 5 años. Entre 44 mil y 53 mil egresos, de los cuales el 70% es aborto en condiciones inseguras.

Luego, tras formular que el marco de clandestinidad promueve “brechas de información”, vacíos de información que no se pueden conocer a “ciencia cierta”, advierte que el ministerio de Salud condujo un estudio sobre mortalidad materna, a través de una revisión exhaustiva de las historias clínicas de una muestra aleatoria, de la cual reconocen que “el 17% de la muertes maternas no tenían registrado aborto como causa primaria. Es decir, había un 17% de subregistro del aborto, lo cual no llama la atención en una condición que es ilegal”.

Rubinstein se encarga de destacar, reiteradamente, no sólo la fiabilidad de los datos que presenta sino, también, que es la misma condición de clandestinidad la que impide tener más registros y datos públicos sobre la salud sexual y reproductiva de las personas gestantes. De esta manera, batalla en la construcción de sentido contra el argumento del sector opositor a la ley que aduce que la cantidad de muertes por abortos clandestinos son números inventados y/o exagerados por la *Campaña* y los movimientos de mujeres para lograr la legalización de la práctica, libre y con costos a cargo del estado. Y esto lo refuerza

destacando que es rol del estado establecer políticas públicas y garantizar la salud integral y la vida de todas las personas:

...también lo he visto en parte de la discusión: cuánto representa esto de las muertes de mujeres en edad reproductiva. El tema, el punto, no es ese. Cualquier muerte evitable en una mujer es algo que nos debe preocupar pero, además, la muerte es el último emergente.

En defensa de la necesaria intervención estatal en políticas públicas de salud, el médico destaca, mediante un gráfico de curva declinante, que tanto “las muertes maternas y por aborto han disminuido en los últimos 10 años” y, agrega que esto responde al crecimiento y mejoramiento de políticas de salud sexual y reproductiva que se han implementado: “que entrañan desde la anticoncepción responsable y el mejor y mayor acceso a los anticonceptivos, hasta también el uso más extendido del tratamiento farmacológico del aborto, como el misoprostol”. Sin embargo, destaca las consecuencias de la ilegalidad de la interrupción del embarazo con una nueva placa informativa donde ilustra a los y las presentes la relación directa entre defunciones maternas y defunciones por abortos, especialmente, por abortos ilegales:

si uno ve la foto de 2016, que es la última foto que tenemos... Tenemos 245 muertes maternas y 43 por aborto, de las cuales 31 son por aborto inducido (...) Pero sabemos por este subregistro que hay siete casos más de muertes maternas ocultas.

A partir de los datos nacionales presentados, Rubinstein compara con estadísticas procedentes de otros países con marcos normativos más y menos restrictivos. Exhibe un mapa con países en colores, según su relación con la legalización del aborto y, posteriormente, dos gráficos que comparan: 1) Países, marco regulatorio restrictivo o legal y cantidad de muertes por aborto, concluyendo: “podemos ver que existe también una relación inversamente proporcional entre el marco más restrictivo y la reducción de la mortalidad materna”. Y, 2) Cantidad de abortos por país, con marco regulatorio restrictivo o legal, a partir de lo que afirma:

En el número de abortos, lo que se puede ver es que en los países que tienen aborto legal entre el 90 y el 2014, en estas últimas décadas, ha habido una disminución del número de abortos cada mil mujeres en edad reproductiva, lo que no se ha producido en los países que tienen marcos legales más restrictivos.

En la segunda parte de su disertación, tal como adelanta inicialmente, el ministro se refiere a los costos que debe enfrentar el estado por complicaciones de abortos en la actualidad y cuáles serían los gastos previstos, en el caso de que se sancione la ley. Para ello presenta una serie de placas que comparan el escenario actual con un posible escenario de legalización:

...en el escenario actual, tal como está hoy la reglamentación, nosotros tenemos que aún así casi el 70% son abortos medicamentosos. Lo que sucede es que el acceso a la medicación abortiva, por ejemplo el misoprostol, se consigue a través del mercado secundario a precios exorbitantes, como ustedes ya conocen. Luego tenemos un 22 % que es aborto

instrumentado por profesionales, habitualmente en consultorios clandestinos, y finalmente, tenemos casi un 10% que es evacuación uterina informal. Este es el aborto de hecho en condiciones de extrema precariedad. Este es el aborto muy inseguro (...) las tasas de complicaciones varían enormemente en cada uno de los escenarios.

Explica, entonces, que el modo en que se lleva a cabo la práctica no variaría sustantivamente entre ambos escenarios (aborto farmacológico). Sin embargo, la verdadera diferencia reside en “la tasa de complicaciones que terminan en internaciones. Muchas de ellas graves”. Reseña, en nuevas placas, los costos unitarios de las prestaciones e insumos necesarios para realizar un aborto y aclara que se consignan esos datos al valor del mercado, mientras que el estado puede comprarlo o fabricarlo a costos mucho menores. Aún así, la diferencia de gasto público entre el escenario restrictivo actual y un escenario de legalización es extremadamente alta, ya que el verdadero gasto que afecta al estado es el que proviene de las internaciones, producto de complicaciones en la práctica realizada de manera insegura, en la clandestinidad:

Ustedes pueden ver que el costo por aborto (...) En el escenario que hoy tenemos, es de \$11.500. Esta es la estimación, con su intervalo de confianza. Y \$1.914 es la estimación en el escenario si estuviera sanción la ley de IVE. Y esta diferencia tiene que ver con la reducción muy dramática de la tasa de complicaciones en el caso de que el aborto se realice en un entorno legal (...) de esa manera también se va a permitir el acceso a los servicios de salud y la supervisión médica.

...la diferencia fundamental entre los dos escenarios (...) tiene que ver con, fundamentalmente, el costo de reducción de internaciones (...) que es la fuente de costos más altas y que son costos que hoy está enfrentando el sistema de salud, solo que no lo sabe.

A partir de estimaciones basadas en los egresos hospitalarios, en la tasa de los números recién nacidos vivos de Argentina en los últimos años y las tasas de fecundidad, el ministro formula que el número estimado de abortos totales en la Argentina de 354 mil por año. En base a este dato, presenta una placa que muestra la diferencia de gasto público entre ambos escenarios, a nivel anual: mientras la barra de “escenario actual” consigna \$40.098 millones de pesos, la barra de “escenario de legalización” expresa \$678 mil pesos. Con estos datos también hace estimaciones respecto del número de internaciones por complicaciones de abortos anuales. Las fuentes calculan 70 mil internaciones por aborto, por año, la cual sufriría una notable reducción en el marco de una ley: “esto ha ocurrido en todos los países donde el aborto se ha legalizado, baja un 98% menos la internación, lo cual es brutal. (...) Y esto también se correlaciona con la reducción de muertes”.

Finalmente, Rubinstein realiza una síntesis de todos lo expuesto, de manera clara y concreta, concluyendo una disertación en la que disputa sentidos contrarios por el sector opositor con argumentos sólidos, basados en estadísticas y fuentes serias y confiables, nacionales e internacionales, lo cual otorga legitimidad al discurso y aporta significativamente a la estrategia de comunicación para la incidencia de la *Campaña*:

En definitiva, el aborto es un problema de salud pública porque produce preponderantemente muertes y morbilidad evitable, sobre todo en mujeres jóvenes y mujeres sanas. Preponderantemente, con alta vulnerabilidad social. Los países que tienen marcos legales restrictivos no reducen el número de abortos sino que aumentan la proporción de abortos inseguros. Y la legalización del aborto, los datos son muy contundentes, reduce la mortalidad y las hospitalizaciones por complicaciones sin implicar mayores costos para el sistema de salud.

6.4.2 Microinformativos

Siguiendo la modalidad de Diputados durante las exposiciones en Comisiones, la *Campaña* también elabora para esta etapa microinformativos audiovisuales que contienen fragmentos de disertaciones relevantes. Con una duración menor a 2,20 minutos, que es lo que permite *Twitter* para su publicación, nos encontramos con solo dos microinformativos de esta instancia, correspondientes a las primeras dos semanas. Ambos presentan una introducción y cierre, conducido por una integrante de la *Campaña* en el interior del Congreso (lo cual se percibe por la imagen de locación y el sonido cargado del interior) e incluye voces de algunas de las disertantes de las cuatros primeras jornadas. Si bien se hallan alojados en la cuenta de *Youtube* (desde el 22 de julio de 2018), en *Twitter* fueron publicados directamente como videos adjuntos (sin mediar otra web o plataforma). De esta manera, el 21 de julio se postea el primer microinformativo, acompañado del siguiente texto: “Micro informativo de la primera semana de las reuniones informativas en el Senado rumbo a la aprobación del #AbortoLegal #8A #SeráLey”. El segundo y último de esta instancia se postea el 23, también directamente subiendo el video a la red: “Micro informativo parlamentario de las tercera y cuarta jornadas informativas realizadas en el Senado de la Nación rumbo a la sanción de la Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo. ¡Seguimos haciendo historia y te la contamos! #AbortoLegalYa #8A #SeráLey”.

Dado que la voz enunciadora y productora de estos materiales audiovisuales es la misma *Campaña*, comprendemos que se dirige a todos los públicos, con fines diferentes. En el caso de los prodestinatarios, el objetivo es la difusión del microinformativo y la viralización de las ideas fuerza que presentan las expositoras elegidas. Esto se evidencia, sobre todo, en la conducción del microinformativo: “Martha Rosenberg, integrante de la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y gratuito, y la historiadora feminista Dora Barrancos, argumentaron sobre la necesidad de convertir nuestro derecho en ley” (Microinformativo 1); “La semana que viene se reanudarán las reuniones informativas en el Senado. Mientras tanto seguiremos luchando, como siempre, en las calles de todo el país, en las redes y en el Congreso hasta que el aborto sea ley” (Microinformativo 2).

En el caso de los paradestinatarios, como en otros ejemplos precedentes, la *Campaña* busca persuadir con argumentos sólidos sobre la relevancia y urgencia de la

sanción de la ley. Finalmente, los contradestinatarios, a quienes cuestiona su posicionamiento y disputa sentidos. En estos dos casos, quienes se dirigen a estos destinatarios son, principalmente, las disertantes. Por ejemplo, el recorte de Aída Kemelmajer, ex jueza de la Suprema Corte de Justicia de Mendoza, en el primer microinformativo señala:

Los fundamentalistas de los derechos del feto sostienen que aún en este caso la mujer está obligada a llevar a término su embarazo pero precisamente esta posición es la prueba más elocuente del desconocimiento pleno de la mínima autonomía de la mujer sobre su cuerpo. En un régimen democrático nadie debe ser instrumento de otro. La mujer tampoco.

Otro ejemplo, del segundo microinformativo, es el fragmento seleccionado de la exposición de Marta Alanis, integrante de la *Campaña* y de *Católicas por el Derecho a Decidir*.

Qué hacemos con la clandestinidad del aborto? Este es el debate. Seguimos dejando el aborto en la clandestinidad o toma un rol el Estado. De eso se trata. Si bien han habido cifras que parecen muy significativas, hay 50 mil mujeres por año que son internadas en los hospitales públicos por consecuencia del aborto clandestino, del aborto inseguro. Esas cifras desaparecerían, por ejemplo.

Tal como hemos manifestado en toda esta instancia, la estrategia principal de la Campaña consiste en alcanzar la sanción de la ley y los microinformativos son un recurso comunicacional muy valioso para hacerlo. Sintéticos, como exige la plataforma, y atento al tipo de consumo que prefieren los y las usuarias de redes sociales, despliegan voces autorizadas y reconocidas, con argumentos y frases valorativas concretas. En el microinformativo 1, además de un fragmento del discurso de Aída Kemelmajer, la *Campaña* selecciona expresiones de Martha Rosenberg y Dora Barrancos. Ambas interpelan a senadores y senadoras indecisos/as u opositores/as:

Ustedes tienen la posibilidad de superar el dolor y transformarlo en derechos. De eso se trata ser legislador y cumplir con las obligaciones constitucionales y convencionales instauradas. Transformar el dolor en derechos y, claramente, hace mucho tiempo que las mujeres, niñas y adolescentes sufren y pasan por mucho dolor que es la negación de derechos (Martha Rosenberg)

No hay estado de ciudadanía sin determinación sobre nuestros cuerpos. Hay una ciudadanía en mengua de las mujeres y, además, lo hay porque efectivamente, como lo he dicho muchas veces, el estado le debe devolver a las mujeres la plenitud del goce sexual, el deseo sexual y la plenitud de la sexualidad equivalente a la de los varones” (Dora Barrancos).

En el microinformativo 2, junto a lo citado de Marta Alanís, la *Campaña* presenta dichos de Stella Maris Manzano, de la Red de Profesionales de la Salud por el Derecho a Decidir, quien disputa sentidos con quienes se oponen al proyecto con media sanción basado en la vida desde la concepción y la posibilidad de apelar a soluciones diferentes a un aborto, ante un embarazo no deseado:

Por lo tanto, vuelvo a decir, acá hay el derecho de dos vidas en juego. No es la vida del feto contra el capricho de la mujer. No existe aborto injustificado. Pasa que hay muchos médicos que quieren seguir decidiendo cuánto riesgo tienen que correr las mujeres, porque en realidad el riesgo para la vida y la salud lo tenemos todas.

En cuanto a los valores de interacción de la publicación de este material audiovisual es significativo, sobre todo en el número de reproducciones. El primer informativo presenta 2124 y el segundo, 1620. Por su parte, entre ambos suman 56 *retweets*, 4 tuits citados y 121 me gusta. Vale destacar que dichos videos deben haber obtenido mucha mayor respuesta en plataformas más amigables con el formato, como *Facebook* y principalmente, *Instagram*.

Finalmente, la estrategia de comunicación para la incidencia de la *Campaña* se fortalece a partir de los *hashtag* que acompañan la publicación de los videos en *Twitter*: #AbortoLegal #8A, #SeráLey. Estos reproducen las consignas de esta instancia y anticipan la siguiente, con la carga valorativa que ya hemos expuesto previamente: el debate está instalado, la marea verde lo reclama, el consenso social es un hecho: es tiempo de sancionar la ley. En esta línea culminan ambos micros: “Mientras tanto, seguiremos nosotras, como siempre, luchando por nuestro derecho a decidir en las calles de todo el país, en el Congreso y en las redes. Hasta que el aborto sea ley” (microinformativo 1).

6.5 Debate y votación negativa en el Senado

El 8 de agosto de 2018 comenzó el debate del proyecto con media sanción en el Senado de la Nación. De la misma manera que en Diputados, se extendió hasta la madrugada del 9, mientras en las calles aledañas al Congreso y en múltiples plazas y espacios públicos del país, miles de personas hicieron vigilia a la espera del resultado de la votación final. Durante estas largas horas, la *Campaña* realizó más de 80 publicaciones en *Twitter*, acompañadas de potentes *hashtag*/consigna, de imágenes que ilustraban las plazas colmadas por la marea verde y con *retweets* de otras ciudades del país y el mundo, en apoyo a la iniciativa. Del mismo modo que en la instancia anterior, los posteos se observaron muy ordenados y en su totalidad, la voz enunciativa fue la propia *Campaña* (citando en algunos casos a otras voces, pero siempre intermediando).

En cuanto a los formatos de los tuits, nos encontramos con un 50% dedicados a exhibir la marea verde ocupando el espacio público de los alrededores del Congreso de la Nación (con tres escenarios montados con acciones constantes), plazas y lugares públicos de todo el país, así como invitando a sumarse a las múltiples actividades que se realizaron durante la vigilia, a pesar del frío y la lluvia que acompañó en muchas geografías. Para ello, la mayoría de las publicaciones presentaban fotografías ilustrativas y/o videos breves. Muchos de ellos llevados adelante, nuevamente, por una alianza estratégica de la *Campaña*

y comunicadoras feministas (fotógrafas, camarógrafas, periodistas, etc.), que trabajaron conjuntamente en una cobertura colaborativa, tal como en Diputados. Se publicaron también durante el 8, dos videos breves con declaraciones en las inmediaciones del Congreso, de Ofelia Fernández, (en ese momento, joven militante reconocida como presidenta del Centro de Estudiantes de un reconocido colegio de la Ciudad de Buenos Aires que llevó adelante -junto a otros centros educativos que se fueron plegando-, una importante acción de toma de colegios en reclamo por condiciones edilicias y demás necesidades urgentes a resolver para una educación pública de calidad) y Sergio Maldonado (hermano de Santiago Maldonado, joven asesinado en el sur argentino, en una acción represiva del Estado nacional contra comunidades mapuches). Estos forman parte de una serie de videos que se realizaron en cobertura colaborativa que se encuentran en la cuenta de *Youtube* de la *Campaña* y en otras redes del colectivo.

El resto de las publicaciones presentan distintos componentes, como posteos con el *link* directo del *Facebook* de la *Campaña* con un video de transmisión en vivo (conferencia de prensa, declaraciones en algunos de los escenarios externos al Congreso, pañuelazo multitudinarios a una hora de la votación final, etc), así como el *link* para seguir en la cuenta de *Youtube* del Senado, el debate completo. También se comparten tuits de apoyo de movimientos feministas de otros lugares del mundo (como Alemania, Quito, Puerto Rico, México, Roma, Río de Janeiro, Kosovo y México). Todos estos posteos se presentan con texto descriptivo o cita de declaraciones en el interior y el exterior del Congreso, junto a los *hashtags* fuertes de la jornada. También se observan algunos emojis recurrentes: corazón verde, fuego, brazo en lucha, aplausos, puñito cerrado, aportando a una jornada significativa de lucha y definición. Podemos considerar que gran parte de estas publicaciones se dirigen estratégicamente a prodestinatarios/as con el objetivo de convocar a sumarse a las actividades de la vigilia en el Congreso y de generar tendencia en *Twitter*, con el objetivo de visibilizar el alto apoyo y consenso adquirido por el proyecto en la sociedad. Esto se confirma, además, con las adjetivaciones y expresiones valorativas que exponen los textos:

Somos invencibles,
Somos millones en las calles de todo el país y el mundo. Nuestro derecho, ¡será ley!
Seguiremos en las calles!! Con lluvia y con frío, hasta #QueSeaLey
Exigimos el Aborto Legal, Seguro y Gratuito en Argentina YA
Estamos movilizados en todo el país. Las calles ya votaron: ¡Somos millones por el #AbortoLegal!
Seguimos calentando la cuerpa hasta #QueSeaLey
Pintamos las calles de verde
Que el @SenadoArgentina se pinte de verde y demuestre que se hace cargo. ¡Nuestro poroteco está en las calles! ¡Y ya ganamos!
Río de Janeiro - Brasil. Hermanas brasileras también gritan #AbortoLegalYa. Esta noche #SomosMillones y #EstamosHaciendoHistoria. Aborto legal, un grito global
Quito - Ecuador. Hermanas de toda latinoamérica nos acompañan en este grito global, por el #AbortoLegal.

También se puede comprender a paradesinatarios/as, especialmente los/as senadores/as, indecisos/as, con la finalidad de persuadir en su voto afirmativo. En esta línea, se publican tres tuits con citas de intervenciones de dos senadores/as a favor de la ley. Se trata de Pamela Verasay, de Mendoza, y Fernando Pino Solanas, de CABA. La primera, junto a su fotografía en el recinto, manifiesta: "Pamela Verasay. Senadora por Mendoza. "La diferencia es que unos quieren hacerse cargo del problema y otros quieren cerrar la puerta... #SeraLey". @PameVerasay #8A #EsHoy #AbortoSesionHistorica #SeraLey" (@Campabortolegal, 8 de agosto, 18.09H). De la misma manera, se consignan dos tuits con los dichos de Solanas: "El goce es un derecho fundamental, sra. presidenta" dice @fernandosolanas #AbortoLegalYa #LaCalleYaVoto" (@campabortolegal, 9 de agosto, 00H) y "No es aborto sí, aborto no", dice #EstamosHaciendoHistoria @fernandosolanas #AbortoEsJusticiaSocial" (@Campabortolegal, 9 de agosto, 00.04H).

Finalmente, las publicaciones que comienzan a fortalecerse en las últimas horas del 8 y la madrugada del 9 de agosto, corresponden a aquellas dedicadas exclusivamente a incidir sobre senadores y senadoras indecisos/as u opositores/as a la ley. Por tanto, claramente se dirigen a para y contradestinatarios. Algunos ejemplos de ellas, todas acompañadas con fotografías de la marea verde colmando los alrededores del Congreso, son los siguientes:

@SenadoArgentina Necesitamos que escuchen a la marea verde. #EnLaCalleYaGanamos #AcaNoseVaNadie #8A #SeraLey (@campabortolegal, 8 de agosto, 21,38H)

@omarperotti Apelamos a su voto para cambiar la Historia #LaCalleYaVoto #EIMundoLosEstaMirando Necesitamos que escuchen a la marea verde. #EnLaCalleYaGanamos" (@campabortolegal, 9 de agosto, 22,22H).

@SenadoraBlas En honor a la banca que ocupa, en memoria de las que ya no están, le pedimos que se abstenga o vote a favor #8ASeraLey #EIAbortoEsJusticiaSocial" (@campabortolegal, 8 de agosto, 22,34H).

@angelrozaschaco si es una ley consensuada. Mire las calles. No hay dos bandos. #LaCalleYaVoto. Somos millones en las calles de todo el país y el mundo. #EstamosHaciendoHistoria #AbortoLegalYa (@campabortolegal, 8 de agosto, 23.22H).

Apelando a la estrategia principal de esta instancia, desplegada en las últimas ocasiones analizadas: alcanzar la sanción de la ley, la *Campaña* realiza una serie de posteos en hilo, donde menciona a todos y todas las senadoras presentes para votar, ordenados/as por provincia. Hace mención de aquellos/as que tienen usuarios en la red y al resto simplemente les nombra, junto a la solicitud de su compromiso con la ley y el consenso generado por la misma. A continuación consignamos un ejemplo. Como éste, se recorre todo el país, provincia por provincia, senador/a por senador/a, tuit a tuit:

Santiago del Estero: @adaiturrez, Gerardo Monter, Blanca Porcel
Tierra del Fuego: @nato_ojeda, @j_catalanmagni, @BoyadjianMiriam

Tucumán: @BettyMirkin, @JalperovichOK, @silviaEdePerez
#LaCalleYaVoto Voten por la vida y la libertad. Voten el aborto legal, seguro y gratuito (@campabortolegal, 8 de agosto, 23.51H).

En cuanto a los *hashtags* de esta instancia, podemos decir que los principales, presentes en casi la totalidad de publicaciones de la *Campaña* durante esta etapa y que generaron tendencia durante esas horas, encontramos: #8A #SeraLey #EsHoy #AbortoLegal #AbortoLegalYa #QueSeaLey #AbortoSesionHistórica. De igual manera que en instancias previas, estos *hashtag* dan cuenta de la estrategia principal de la *Campaña*: alcanzar la sanción de la ley mediante la visibilización del consenso social y federal, así como del apoyo internacional, ya mencionado. Otros que se hicieron, utilizaron solo en algunas publicaciones, fueron: #CoberturaColaborativa, en todos los posteos con fotografías o videos llevados adelante por este colectivo comunicacional conformado para esta instancia; #AbortoLegalOClandestino y #EIAbortoEsJusticiaSocial, en alguna ocasión que se apeló a cuestionar al discurso opositor a la ley; #8AQueSeaLey, que se encontró en muy pocas publicaciones, como opción de los primeros mencionados y #ElMundoGritaAbortoLegal, cuando se comparten intervenciones y apoyo de otros lugares del globo.

Avanzado el debate, durante las últimas horas del 8 de agosto y las primeras del 9, también se incorporan nuevos *hashtags* que buscaron incidir directamente sobre los y las senadoras en su votación final. Entre ellos se encuentran: #SomosMillones, #GanamosLasCalles, #EstamosHaciendoHistoria, #LaCalleYaVoto, #EnLaCalleYaGanamos y #ElMundoLosEstaMirando. Con estas consignas la *Campaña* da cuenta de cómo el aborto es un tema instalado en la agenda nacional, rompiendo el umbral de lo indecible en la sociedad argentina. Años de ejercicio democrático, generaciones de militancia feminista y una constante lucha por la construcción de sentido en torno al aborto generaron un 2018 de “marea verde” y, con ella, extraer la interrupción voluntaria del embarazo del campo de lo “indecible”. Desbloquear lo indecible, como formula Angenot, lograr que el debate se dé en el espacio público, durante meses y, finalmente, busque definirse en el Congreso, con el voto del Senado. Simultáneamente, la misma marea, la misma genealogía de mujeres, con las presentes recordando y reivindicando a las ausentes, son multitud en las calles de todo el país, insistiendo, presionando por lograr la sanción de la ley. Con todos estos *hashtags* la *Campaña* insiste, entonces, sobre todos los núcleos de sentido que fue construyendo a lo largo de las instancias analizadas hasta aquí. Insiste: “aborto legal ya”, “es hoy”, ahora que “el mundo les está mirando”, que “somos millones” y que “ganamos las calles”. Es el momento de legalizar el aborto. Todos estos *hashtag*, especialmente aquellos que apelan al nosotros inclusivo (#SomosMillones #GanamosLasCalles, #EstamosHaciendoHistoria, #EnLaCalleGanamos) se presentan como signos doblemente destinados: a las pibas de la

marea verde y la militancia de los movimientos de mujeres que son presente en las calles, así como a las muertas, las que ya no están a causa de la clandestinidad del aborto.

Por último, atendiendo a los valores de interacción de las publicaciones de estas largas horas de debate, reseñamos los resultados de una rápida sumatoria. Para comenzar, los posts presentan casi 37 mil me gusta, lo cual implica 8 mil más que cuando se realizó la votación en la Cámara de Diputados. En cambio, los *retweets* se sostienen semejantes: 10.967 (casi mil más que en Diputados), los *tweets* citados son alrededor de 1200 (duplicando la etapa anterior, en el que fueron unos 500) y también crece casi en 100 las respuestas, de 250 en Diputados a 333 en Senadores. Respecto de este último valor resulta interesante aclarar que durante el debate, las respuestas en los tuits de la *Campaña* se perfilan muy similares: 50% en apoyo a la ley y 50% en contra. Sin embargo, una vez conocido el desenlace negativo y que el proyecto no se ha aprobado, afloran múltiples respuestas del sector opositor, celebrando su triunfo y, en gran medida, atacando en sus expresiones a la marea verde.

6.5.1 Disertaciones a analizar

De igual manera que en la instancia de debate y votación en Diputados, seleccionamos para el análisis los discursos correspondientes a los cierres de los distintos bloques en la Cámara de Senadores. Se trata de nueve voces, correspondientes a ocho bloques diferentes. Por una parte, el senador Maurice Closs, del bloque Misiones; el senador por San Luis, Adolfo Rodríguez Saá, de Unidad Justicialista; la senadora por Salta, María Fiore, de Pares y la senadora por Tucumán, Silvia Elías de Pérez, de la UCR, quienes presentan su exposición manifestando su voto en contra del proyecto. En cambio, los senadores Fernando Solanas de CABA y María Odarda, de Río Negro, por el Frente Progresista; la senadora por la provincia de Buenos Aires, Cristina Fernández de Kirchner, del Frente para la Victoria; el senador por Río Negro Miguel Ángel Pichetto, del Partido Justicialista y el senador por Formosa, Luis Naidenoff, de la UCR, se manifiestan a favor de la legalización de la IVE.

La audiencia a quien se dirigen estas exposiciones se corresponden, en esta instancia, principalmente a contradestinatarios. Están destinadas a batallar en el campo de sentido con la posición opuesta al senador o senadora que se expresa. Especialmente, en el caso de los/as legisladores/as que están a favor del proyecto de IVE. En menor medida, y sólo a través de algunos fragmentos o guiños, los argumentos aluden a prodestinatarios y paradestinatarios, ya que en la instancia de cierre de bloques, con la mayoría de los votos adelantado o cantado durante las exposiciones, se perfila con claridad un resultado negativo a la sanción de la ley.

Se observa, en ambas posiciones, mucha apelación a dichos y argumentos expresados en las instancias previas, tanto en las exposiciones en comisiones del Senado, como en el debate en Diputados o su correspondiente etapa de disertaciones en comisiones. Se hace uso, fuertemente, del discurso referido, tal como postula Voloshinov, como ya ejemplificaremos. De esta manera, entre las expresiones de ambas partes, se reiteran argumentos ampliamente desarrollados en las instancias anteriores. En cuanto a las expresiones y construcciones de sentido, cuya estrategia de comunicación para la incidencia reside en impedir la cantidad de votos necesarios para alcanzar la sanción de la ley, consignamos a continuación los ejes argumentativos opositores y sus correspondientes frases valorativas y construcciones de sentido. Comenzamos comparando con los señalados en el análisis de la misma etapa en la Cámara de Diputados.

Inicialmente, no encontramos referencias que puedan enmarcarse en el Eje 1: No se trata de un momento oportuno dentro de la coyuntura nacional. Sin embargo, abundan los argumentos que se enmarcan en el Eje 2: La inconstitucionalidad del proyecto, al atentar contra el derecho a la vida desde la concepción:

Tenemos que defender el estado de derecho, respetar nuestra Constitución, respetar los tratados internacionales que hemos incorporado a la Constitución, respetar todo nuestro cuerpo normativo.

Lo que resolvimos en la Convención Constituyente fue la incorporación de los tratados que establecen que tenemos que respetar la vida desde la concepción.

Dice, con relación al artículo primero de la Convención sobre los Derechos del Niño, la República Argentina declara que el mismo debe interpretarse en el sentido que se entiende por niño a todo ser humano desde el momento de su concepción y hasta los 18 años. No hay interpretación.

Cuando juramos respetar la Constitución, juramos respetar el orden normativo. Y los tratados internacionales están por encima de la Constitución y de la ley, por encima.

Y el artículo 75 inciso 22 y 23 (...) dice "dictar un régimen de seguridad social especial integral en protección del niño en situación de desamparo desde el embarazo, lo dice la Constitución: "desde el embarazo". Queremos modificar la Constitución? Modifiquemos la Constitución, pero reconozcamos que es así.

No podemos pasar de un delito a un derecho superprotegido. Tendremos que graduar, despenalizar (...) esta ley es exagerada. (Rodríguez Saa).

Que relativicemos el valor más importante que puede tener una persona, el valor de la vida. Porque si la vida humana, empezamos a distinguir quién es más o quién es menos humano, quién tiene más o quién tiene menos derecho de la vida.

Me parece que también, no solamente generar una cultura del descarte sino también algo donde lo más importante es la realización personal.

...me pregunto si tenemos derecho a ponderar derechos cuando hay una de las dos partes que pierde absolutamente todo, porque se la elimina.

...la Academia Nacional de Medicina dice: el niño por nacer científica y biológicamente es un ser humano cuya existencia comienza desde la concepción. Destruir un embrión humano significa impedir el nacimiento de un ser humano.

Nadie discutió que la vida comienza desde la concepción y nadie discutió que esa concepción es de un ser humano que estamos hablando, de una persona.

La doctora Finu, una médica, nos contaba que a los efectos médicos, casualmente, se distingue el proceso de crecimiento de la persona por nacer en diferentes etapas, lo que no quiere decir que antes sea nada y de golpe hay un ser humano. Ella decía: entre las semanas 14, donde está el aborto permitido, y la semana 15, donde pasa a ser un delito, no pasa nada extraordinario, estamos hablando exactamente de la misma persona.

...si vamos a calificar de personas aquella que tiene autonomía, a la que se puede expresar, a la que se puede manifestar, qué diferencia hay entre un embrión, nos decía ella, y una persona que está en estado vegetativo. O, de repente, de un anciano que tiene demencia senil? Qué pasa con esa persona que no tiene ninguna autonomía? Es menos persona que antes? Ese concepto, señora presidenta, realmente es muy peligroso (Fiore)

...este proyecto es inconstitucional, es inconventional. Han pasado por acá y nos lo han dicho los juristas constitucionalistas más importantes de la Argentina: María Angélica Gelli, Sagüés, Bianchi, Garat, Toller, Banes y Vanessi, Vítolo, Santiago Alfonso. Si todo esto no es suficiente, qué más, señora presidente, que más?

El doctor Fernando Toller, con gran maestría nos decía: aquí se confunde personalidad con capacidad. La personalidad, señora presidente, no es incremental. O sea, o se es persona o no se es persona. Lo que sigue es incremental, es la capacidad jurídica, que depende de una serie de circunstancias. Pero si se es persona siempre, entonces se merece protección siempre.

Rechazamos este proyecto porque viola la dignidad intrínseca de la persona humana. Rechazamos este proyecto porque conculca el derecho a la vida y a la integridad física (...) porque promueve la relativización del derecho a la vida. Rechazamos este proyecto porque establece un derecho al aborto superior, supraconstitucional, preferido. Lo rechazamos porque es discriminatorio y unitario. (...) Lo rechazamos porque es inconstitucional, señora presidente (Elías de Pérez).

Directamente vinculado a este eje, se suman dos subtemas importantes a los que aluden los/as senadores/as. Por una parte, la referencia a constituciones provinciales que manifiestan la defensa de la vida desde la concepción y, por otro, la supuesta inconstitucionalidad del proyecto en cuanto a las competencias provinciales y federales, quienes serán las efectivas responsables de implementar la ley en sus hospitales. Respecto de las constituciones provinciales y su comprensión de “vida desde la concepción”, encontramos las siguientes expresiones:

...el artículo 13 de nuestra Constitución Provincial (San Luis) (...) dice “respeto y protección de la vida”. Artículo 13, Constitución dictada en 1987. Fue la primera constitución o la segunda constitución provincial reformada desde el comienzo de la democracia. La vida desde su concepción, desde su concepción.

...en el artículo 49, de la infancia, dice lo mismo, que la Convención del Niño, “el estado protege a la persona humana desde su concepción hasta su nacimiento y desde ésta hasta el pleno desarrollo.

Defender los derechos humanos también es defender las dos vidas, también es defender al niño que se ha concebido. Como se ha planteado, ningún derecho es absoluto, pero tampoco puede ser arbitrario (Rodríguez Saa).

En cuanto a la crítica por la falta de formalidad de la ley, al no consultar a las provincias, quienes serán quienes lleven adelante la IVE en sus nosocomios, hallamos los siguientes argumentos opositores:

Este es un proyecto unitario, que quiere imponer al aborto como de orden público y de cumplimiento obligatorio por nuestras provincias, sin importarle siquiera que 13 de las 24 provincias en nuestras constituciones tenemos protegido el derecho a la vida desde la concepción (Elías de Pérez)

...esa media sanción que estamos tratando, hace mucho más que un cambio del ordenamiento jurídico penal. Avanza sobre competencias claras de las provincias (...) describe

el funcionamiento de los hospitales, pone obligaciones a médicos de la salud pública y privada de las provincias, avanza sobre cosas que son competencias no delegadas.

...en el caso de la provincia de Misiones, el artículo 39 de nuestra Constitución es sumamente claro cuando dice que la provincia garantizará la atención de la salud de la población a cuyo fin la legislatura, la nuestra, la provincial, dictará la ley sanitaria correspondiente que asegure la asistencia médica integral preventiva y asistencial.

...también la Corte, que resuelve muchas de las cosas que se discutieron acá de constitucionalidad, obliga a las provincias a hacer el protocolo. Pero cada provincia tiene que hacer ese protocolo. Esta es la primera vez que en una legislación sobre este tema, se la declara de orden público y se avanza sobre claras competencias no delegadas.

Entonces claramente este dictamen (...) es inconstitucional en términos de la competencia. Toda vez que habla de una cuestión de salud pública, que es propia de las provincias, y en todo caso si hubiéramos sancionado tal cual está, tendríamos que haber puesto un artículo que diga que las legislaturas provinciales tienen que adherir a esta ley, como tantas otras leyes que hicimos últimamente.

Y en todo caso, si una provincia va a decidir la gratuidad que decida esa provincia (Closs).

Tal como señalamos durante el debate en Diputados, este eje argumental reproduce el sentido dominante a partir de la “defensa de las dos vidas”. Se apela, en este caso, al discurso referido: los artículos de la Constitución y de tratados internacionales, como fuente legal que avala y justifica la posición del sector opositor a la ley. No obstante, se obvian otros marcos normativos que dan cuenta de que el derecho no es absoluto y que la legislación nacional no es totalmente restrictiva, sino que posibilita el aborto por causales (no punible) desde el Código Penal y con ratificación de la Corte Suprema de Justicia. A partir de las ideas de: “defender las dos vidas”, “defender al niño que se ha concebido”, “la indefensión del feto/niño por nacer”, contra la “relativización del derecho a la vida” y la “distinción de quién es más o quién es menos humano”, se fortalece la relación discursiva instalada hegemónicamente de: aborto/muerte; antiaborto/provida. En este eje, los y las senadoras aducen que se apoyan solo en argumentos legales (Constitución Nacional, constituciones provinciales, tratados internacionales, juristas) y de la medicina (Academia Nacional de Medicina, profesionales de la salud). Sin embargo, en todas las voces de los y las senadoras que arguyen “la defensa de la vida desde la concepción” se postula, también, de un modo mucho más explícito que en Diputados, la defensa de sus creencias religiosas, sus valores y sus convicciones. Los siguientes ejemplos lo ilustran:

Yo soy soy de las que cree en el derecho a la vida inalienable.

Discriminar a las personas por deseadas o no deseadas. Y a esta última querer quitarle todos los derechos, hasta el derecho a la vida (...) Soy de las que cree que la dignidad humana no tiene banderas políticas y que nada justifica que la vida quede a la merced de nada ni de nadie, señora presidente.

Lo que quiero desagrar es al pueblo católico, al pueblo evangélico, a los de otras religiones. A todos los que al salir a ponerse en contra y a manifestarse en contra de esta ley han sido criticados y vapuleados y atacados, sencillamente por mostrar su religiosidad en un país donde la libertad de culto está consagrada en la Constitución Nacional.

Aquí se ha utilizado reiteradamente, durante el debate en comisiones, y aquí todo el tiempo, toda la noche una falacia *ad hominem*, porque de manera sistemática, señora presidente, se ha tratado de decir que por nuestra religión, nuestro fundamento, nuestras convicciones, nuestros razonamientos, no valen. Y esto no es verdad. Hemos hablado desde la ciencia,

hemos hablado desde el derecho, y nos quieren decir que no vale, porque sencillamente, porque creemos, por favor.
Por eso, señora presidente, en esta madrugada del 9 de agosto en el Senado de la Nación, que gane la vida (Elías de Pérez).

Cada uno de nosotros va a votar conforme a lo que creemos, a la convicción de esta noche, de haber escuchado tantas opiniones.

Y creo que estamos decidiendo, por lo menos con nuestras convicciones, con fuertes argumentos constitucionales y, por sobre todo, en la defensa de las dos vidas que, entendemos, insisto, que no exclusivamente pero sí bastante mayoritariamente, piensan y sienten, y sentimos los habitantes de la provincia de Misiones (Closs).

Yo vengo acá, voy a defender mis convicciones. Mis convicciones de argentino, mis convicciones de cuyano, de puntano. Mis convicciones de peronista y mis convicciones de católico apostólico romano.

Tenemos derecho a votar cada uno según sus convicciones, su razón, su mandato lo indica, y todos debemos respetar el voto de los otros y el nuestro.

La constitución nacional, además, lo establece expresamente (...) El artículo 2 dice "el gobierno federal sostiene el culto católico apostólico romano", así que respetemos los que no son católicos, respeten a los que son católicos, los que son católicos respeten a todas las religiones (Rodríguez Saa).

A mí me llegó una mujer, de 13 semanas y media y me dicen que es urgente. ¿Y qué cosa es urgente? Una mujer sana, embarazada, con un bebé sano en su vientre... ¿Dónde está la urgencia? (...) ¿Cuál es el problema si está todo andando, teóricamente, está todo de acuerdo a la naturaleza y siguiendo su curso natural?

...honestamente, me resultaba raro el decir, mis creencias van por un lado pero la realidad política va por otra. Porque, en definitiva señora presidente, cuando nosotros estamos legislando, siempre, en toda ley que este Congreso sanciona, hay un fundamento de una creencia, de una convicción que le impulsa en todos, absolutamente en todos los proyectos, uno podrá estar de acuerdo no podrá estar de acuerdo, pero siempre hay una convicción. Está la idea de defender al más débil, al más desprotegido, de que las provincias tengan recursos.

Me parece peligrosísimo, señora presidente, que relativicemos el valor más importante que puede tener una persona, el valor de la vida.

Dios quiera, en mi caso, yo soy católica apostólica romana, y no me avergüenza eso. Tampoco es eso, únicamente, lo que es el fundamento de mis palabras, pero dios nos ilumine para que encontremos y empecemos a pelear todos juntos por esto de la pobreza cero, que es la gran deuda que tenemos con el pueblo argentino (Fiore).

También encontramos en esta instancia (como en Diputados) argumentos que se encuadran en el Eje 3: "Negación de la relación directa entre legalización y reducción de la tasa de abortos". En este caso, se presenta ligado a la idea de que existen causales de muerte de mujeres mucho más relevantes para atender, que los números por aborto clandestino:

El señor ministro de Salud pública que vino, nos contaba y nos decía, que es un problema de salud pública y sí, tiene razón (...) Pero fíjese, cuando le preguntamos si este es el principal problema (...) es el propio ministro que reconoce que no es el principal problema.

...se han dicho un montón de números, señora presidente, pero vamos a los números del ministerio de Salud Pública (...) por suicidio mueren 18,87% más mujeres, por desnutrición, fíjese si no es doloroso este, fallecieron 525 mujeres, por femicidio, 312. Ahora esto hace que uno diga, bueno, por aborto fallecieron muchas menos.

La principal causa de la muerte en nuestras mujeres es la pobreza.

Cuando vamos a las causas de muerte materna, el tema del aborto es la causa número 40. Digo que no nos tenemos que ocupar de los abortos? No, señora presidenta, no lo digo bajo ningún punto de vista. Lo que digo es que estaría muy bueno tener un ministro que se preocupe de las 39 causas anteriores.

El ministro, en la cámara Diputados, dijo que en nuestro país se produjeron 354 mil abortos por año. Antes eran 500 mil, pasamos a 354 mil. Acá en el Senado dijo las cifras por aborto en el año 2014 (...) son 47.063 abortos en los últimos 5 años, de los cuales el 70% es del aborto en condiciones inseguras. Muertes maternas en el 2016, 245 casos por abortos: 43. Entonces decía, fíjense ustedes, el aborto clandestino un 17%. Después tuvo que salir a aclarar que no, se equivocó con los números de nuevo, de nuevo se equivocó. Con los números, el ministro de Salud de nuevo se equivoque. Los números no son 43 porque, en realidad, 12 fueron muertes espontáneas. Entonces, en realidad, son 31, con lo cual no es la causa de 17,4 sino 12,5, distinto". "Algunos, y Ginés González García lo dijo: "bueno senadora, pero 500 mil, 500 mil casos, 300 mil casos, qué importan la cifra?" y saben por qué importan las cifras, porque habla de la seriedad de la persona que las da y porque cuando uno va a evaluar políticas públicas, sobre todo cuestiones sanitarias, no es lo mismo 500 mil que 300 mil que 3.000 que 47 mil o que 31 (Fiore).

En este fragmento de la exposición de la senadora Fiore observamos el uso del discurso referido o ajeno, categoría propuesta por Voloshinov. En este caso, trae a su discurso la voz y datos expuestos por el ministro de Salud de la Nación, Adolfo Rubinstein (que analizamos en la instancia anterior). La senadora refiere a lo plasmado por el ministro con una estrategia de comunicación clara: defenestrar sus numerosos datos y argumentos estadísticos, cuestionar su seriedad, su interpretación y, con ello, aducir que el estado debería preocuparse por otras causas más importantes de deceso de mujeres en la Argentina, antes que las escasas muertes por aborto. Advertimos, en este caso puntual y tras analizar los datos presentados por el ministro de Salud previamente, cierta tergiversación o interpretación confusa por parte de la senadora, de las estadísticas y números expuestos por el funcionario, promoviendo dudas y descrédito, no solo de sus dichos sino de su profesionalidad y su capacidad para ejercer el rol desempeñado. Esto se reafirma con otros fragmentos del discurso de la legisladora que apuntan contra la gestión de la cartera de Salud del gobierno de Mauricio Macri y la falta de presupuesto y recursos destinados a las políticas de salud sexual y reproductiva, que analizamos con el próximo eje.

También encontramos presente, en esta etapa de análisis, otro de los ejes de la instancia de debate y votación en la cámara baja. El Eje 4: Las políticas públicas de salud deben enfocarse en la prevención, no en la interrupción:

"Y creo que sí es una prioridad absoluta ocuparse de la salud pública y en este estado ordenador, poner en funcionamiento de manera efectiva y con recursos. Y hagámonos cargo en la próxima ley del presupuesto que viene, para que las leyes que tienen que ver con la salud reproductiva y las prevenciones tengan los recursos necesarios".

Asumamos el compromiso de que tengamos en el presupuesto garantizado esto, garantizado que haya una política de salud reproductiva, que no hay duda alguna de que es uno de los caminos que debemos seguir (Closs).

El doctor Gil Lavedra (...) dice: "¿cuál es la manera de prevenir estas interrupciones de embarazo? ¿Cuáles son las mejores herramientas? La única manera para poder disminuir efectivamente y, sobre todo, algo que creo que a todos nos estremece, la enorme cantidad de embarazos no deseados de adolescentes, tiene una sola salida: las políticas de salud sexual, educación sexual y reproductiva, esa es la cuestión de fondo", decía con énfasis.

El ministro (dijo) “está claro, que la solución en el mediano y largo plazo no pasa sólo por la legalización, pasa por la prevención del aborto. Los países que han legalizado, después de un tiempo, comienzan a haber reducido el número de abortos pero no es la legalización en sí misma. La desaparición del marco clandestino va acompañada, en general, de políticas activas de salud sexual y reproductiva”. Eso generó que el senador Bullrich le pregunte “y por qué vamos por la parte más fácil o más dura, que es la del aborto, en lugar de seguir por este camino”. Entonces me empecé a preguntar, en este gobierno están preocupados por la salud sexual... Realmente cómo se manifiesta esa preocupación?

...educación sexual e integral (...) es el 0,01% del presupuesto del ministerio de Educación. Pero no estoy exagerando los ceros, el 0,01% del ministerio de Educación se destina a la educación sexual. Y en el caso del ministerio de Salud, el 0,4% a la provisión de métodos anticonceptivos. Si con estas cifras tan paupérrimas, que lo que menos demuestra es la preocupación de las autoridades por este tema, se ha logrado disminuir un 20% en la morbilidad materna y más de un 53% en la mortalidad, por qué no seguimos, en todo caso, por este camino.

...se han producido, y esto es un informe del Instituto Política Familiar de la Unión Europea, 52 millones de abortos desde el año 1980. El índice de fecundidad en la Unión Europea lleva 35 años por debajo del nivel de reemplazo generacional, el déficit de natalidad está provocando graves consecuencias.

Vamos hacia Europa, mientras Europa está analizando en retroceder, en algunos casos, porque sabe que cada cinco minutos aborta una chica adolescente.

La mayor inversión en salud. Fíjese, se invierte más en salud y fallecen menos personas. Ese parece ser el gran secreto.

...el doctor Schiavoni (dice que el) 40% de las maternidades no cumplen con la totalidad de las condiciones obstétricas y neonatales mínimas que establecen la Organización Mundial de la Salud. No hay anestesistas, no hay obstetras, no hay sangre segura.

...el Observatorio de la Deuda Social: el 33% de las mujeres en edad fértil se encuentra bajo la línea de pobreza, el 42% sólo tiene cobertura médica a través del hospital público, el 40% de estas mujeres en edad fértil no completó la educación secundaria.

...el 22.6% nuestros adolescentes comparten la cama, colchón, para dormir. El hacinamiento... ¿Y qué les decimos a la chica que tiene relaciones en este contexto y que queda embarazada? ¿Hay que liberarte? Hay que liberarte, sabes que te vamos a dar misoprostol, no te preocupes, podés abortar. Y cuando aborte, ¿dónde vuelve? A la situación de hacinamiento que generó esa situación. Este proyecto de ley no va a las causas, este proyecto de ley no va a las raíces de labor del embarazo no deseado, y ese es el problema.

No es empoderar a la mujer permitirle el aborto, empoderar a la mujer es darle educación, es darle salud, como corresponde. Es darle los elementos para que ejerza libremente su vida, señora presidenta, y en esto tenemos una deuda pendiente (Fiore).

Una mujer que se encuentra frente a un embarazo no deseado, lo que necesita es ser acompañada, acompañada de su angustia, ser asistida con todas las alternativas posibles que estén disponibles, que no pongan en riesgo su vida ni tampoco la de su hijo. Ser comprendida, ser ayudada con opciones concretas y ciertas. Necesita de un estado presente. Realmente legalizar el aborto, señora presidente, es admitir lisa y llanamente el fracaso del estado. Legalizar el aborto es desentenderse de trabajar para prevenir embarazos adolescentes, para acompañar a la mujer durante el embarazo, para garantizarle que el niño nazca como tiene que nacer, con toda la garantía, para que tenga luego salud, para que tenga educación. Es lisa y llanamente que el estado tire la toalla (...) Se ha demostrado que con políticas públicas activas se puede resolver esta situación (Elías de Pérez).

Ligado a este eje, también se perfilan dos ideas secundarias. En primer lugar, la inexistencia de recursos en las provincias y el hecho que el plazo de atención de 5 días, exigido por la ley ante la solicitud de la IVE, promovería desigualdad ante otras necesidades médicas:

Hay camas en los hospitales de las provincias de ustedes? Hay camas libres? (...) Me va a llamar un padre con un hijo, que tiene un problema, de 5 años, 12, gripe o se torció el tobillo. Tiene que estar en algún lugar internado, por lo que fuera, y le vamos a decir no, no te

podemos dar porque en el imperio de una ley federal inconstitucional, porque no tenía por qué legislar para la provincia de Misiones, me está obligando a que yo dé prioridad a este tema (Closs).

En segundo lugar, el cuestionamiento sobre la seguridad de las prácticas de interrupción del embarazo y cómo la misma vulneraría la libertad de objeción de los y las profesionales de la salud:

Se agrega un artículo, el artículo 85 bis, y establece una suerte de delito de dilación (...) del aborto. Entonces, se establece la pena de tres meses a un año de prisión (...) a la autoridad de un establecimiento de salud o profesional de la salud que dilatare injustificadamente el aborto. Acá surgen un montón de preguntas, un montón, señora presidente, porque es un tipo penal tan abierto que depende de quién lo interprete, la responsabilidad penal le caerá a la autoridad máxima del hospital, que en una de esas ni sabe que se está dilatando o no dilatando un aborto.

Que le vamos a exigir al cardiólogo que haga el aborto? Y si no puede, ¿qué pasa? Prisión le vamos a poner, prisión a ese médico que actúa responsablemente no haciéndose cargo de aquello que no puede hacerse cargo.

Y, además, algunas veces por ahí se dice “bueno, el aborto seguro”. Me pregunto qué clase de seguridad estamos hablando, cuando en el artículo 14 del proyecto de ley (...) dice que el aborto debe ser (...) supervisado siempre por un profesional de la salud. ¿Cuál es la garantía o la seguridad que se le da a una mujer en esas condiciones de un aborto supervisado, no realizado, por un médico? (Fiore).

Capítulo aparte merecen, señora presidente, los médicos y las instituciones de salud a los que se pretende obligar, en contra de su conciencia, o también en contra de sus idearios, a realizar esta práctica.

...destaco el movimiento de los médicos autoconvocados por la vida, que han salido en todo el país, han salido a la calle, han tomado los hospitales, se han parado, han gritado, nos han dicho que entendamos que con este proyecto se violan sus derechos. Se viola el derecho a la libertad de pensamiento, a la libertad de conciencia, a la libertad de trabajar y ejercer la profesión de manera igualitaria, hasta se viola la intimidad de objetor, y por sobre todas las cosas, presidente, se viola su misión y su vocación de salvar vidas” (Elías de Pérez).

Respecto de estos dos últimos puntos, las exposiciones de los y las senadoras que se oponen al proyecto con media sanción omiten aludir al espacio que ya se ocupan en los servicios médicos (la mayoría provinciales, carentes de recursos) para la atención de personas gestantes con complicaciones que surgen de abortos clandestinos. Tampoco refieren a cómo, hasta dicha instancia, se vulnera en el ámbito de la salud, el derecho de las mujeres a decidir sobre sus cuerpos y se las violenta en su atención, incluso en casos de abortos espontáneos y/o contemplados por el marco normativo bajo la figura de aborto legal o no punible.

Finalmente, además de los ejes mencionados, encontramos en esta instancia, dos argumentos más en oposición a la ley que resulta necesario analizar. Eje 5: Es un error de migrar de la concepción del aborto como un delito penado a su habilitación como un derecho absoluto”. Al respecto, algunas voces durante este debate propusieron la instancia intermedia de “despenalización” y, a modo de discurso referido, para legitimar el argumento al cierre de bloques, son explicitadas en las siguientes frases:

Creo también que más temprano que tarde y, coincido con muchos, la despenalización del aborto va a ser una realidad. Creo que esto es un derrotero (...) que va a ocurrir porque hay mucho más consenso en este concepto.

...también lo dijo el senador Pinedo recién. Pasamos de lo que hoy tenemos, un Código Penal que sanciona a la mujer, letra muerta total, y absolutamente, consecuencia de esa penalización es la clandestinidad, que no hay duda que ha de corregirla, pasamos a despenalizar, pero no solamente a despenalizar sin que lo legalizamos. Generamos un derecho, generamos un derecho subjetivo de segunda generación (Closs).

Voy a fundamentar mi voto negativo de este proyecto de ley porque me parece que, fundamentalmente, el eje de este proyecto que está en tratamiento es cambiarle la naturaleza jurídica al aborto. Y así como se dijo ya antes, lo han mencionado antes otros senadores, el aborto de repente se transforma (...) deja de ser un delito tipificado en el derecho penal para convertirse en un derecho subjetivo, del cual la mujer puede hacer uso porque sí, hasta las 14 semanas (Fiore).

El otro nuevo eje argumental, directamente ligado a este, el Eje 6: "Cuestionamiento de la innecesaria gratuidad de la práctica y su cobertura por parte del estado":

...y, consecuentemente, está la obligación del estado de atender gratuitamente esto. Esto está establecido concretamente en el artículo quinto del proyecto de ley que tiene por objeto, dice, garantizar el aborto. Y querían que esto quede clarísimo (Fiore).

Las cosas no son gratis. Las cosas alguien las paga. Se paga con deuda o se paga con emisión monetaria o se paga con inflación o se paga con una presión tributaria horrenda o se paga con empleo en negro, pero no hay nada es gratis. Absolutamente no hay nada gratis. Si creo que también dentro de las grandes cosas que debemos discutir los argentinos en un lugar como este, también tiene que ver con un estado ordenador que establezca cuáles son las prioridades y obligaciones mínimas y las gratuidades mínimas que tiene que haber. Pero no estoy de acuerdo de que se establezca gratuidades (Closs).

Por último, previo a analizar los ejes argumentales de los y las senadoras a favor de la ley, destacamos expresiones de la senadora Silvia Elías de Pérez, quien advierte y cuestiona parte de la estrategia de comunicación para la incidencia desplegada por la *Campaña*:

En esta discusión se han llenado de eufemismo, nos hablan de IVE en lugar de aborto, nos hablan, nos dicen antiderecho a los que defendemos el derecho a la vida de todos los seres humanos. Nos quieren decir que aquí se discute aborto legal versus abortos clandestinos, cuando lo que estamos discutiendo es cuál es la respuesta que tiene el estado para que no haya más abortos.

Por otra parte, Fernando Pino Solanas y María Odarda (Frente Progresista), Cristina Fernández de Kirchner (Frente para la Victoria), Miguel Ángel Pichetto (Partido Justicialista) y Luis Naidenoff (UCR), esgrimen distintos argumentos enfocados en para y contradestinatarios, tal como citamos a continuación:

Yo le pido a los senadores y a las senadoras que no nos arrepintamos de ser valientes. Hoy tenemos la gran oportunidad de habilitar la política de salud pública más importante, de mayor impacto para las mujeres más desfavorecidas, para las mujeres más humildes. La política pública de salud más importante que nosotros hoy podemos tomar (Odarda).

Para ello, apelan fuertemente a argumentos ya desplegados en instancias previas.

Consignas básicas de la *Campaña*, expresiones y datos expuestos por diputados y

diputadas en el debate en la Cámara baja, así como argumentos desarrollados ante comisiones (especialmente ante las del Senado). Encontramos, entonces, claras marcas de discursos referidos que batallan en la construcción de sentido y buscan demostrar la necesidad e importancia de sancionar la ley, cuando los números indican que no se va a lograr esa noche. De esta manera, entre las expresiones y construcciones de sentido expuestos por los/as cinco senadores/as mencionados/as, se visualizan los recursos comunicacionales desplegados desde la *Campaña*, dentro de su estrategia para la incidencia histórica: alcanzar la sanción de la ley de interrupción voluntaria del embarazo. Entre dichos ejes argumentativos, comenzamos analizando los ejes encontrados en el debate en Diputados, para comparar instancias.

Eje 1: Mortalidad materna como problemática de salud pública. Sobre este núcleo de sentido podemos consignar las siguientes expresiones y frases valorativas:

Desde el comienzo de la democracia 3.030 mujeres muertas por abortos clandestinos, sin contar todas aquellas mujeres que abortaron, que felizmente no sufrieron ningún daño. Sin contar los subregistros, que sabemos que son una práctica demasiado vergonzosa y común en la Argentina.

Las niñas madres en Argentina, 3000 niñas menores de 15 años son madres cada año en nuestro país. 8 de cada 10 de ellas no quisieron quedar embarazadas. La mayoría, señora presidenta, quedó embarazada por la violación de un familiar. Ellas tienen cuatro veces más riesgos de enfermar y morir.

...quiero reivindicar nuevamente a Río Negro como provincia pionera en los derechos, en el reconocimiento de los derechos de la mujer. Pero, a pesar de eso (...) y por datos del ministerio de Salud, en el año 2014 teníamos 900 egresos hospitalarios por embarazos terminados en abortos. De ellos, 387 egresos se registraron en niñas, adolescentes y mujeres de hasta 24 años (...) en 2016 subió la cifra: 904 egresos hospitalarios por abortos clandestinos. ¿Qué significa eso? Dos egresos hospitalarios por día, por complicaciones derivadas por abortos clandestinos.

Hasta el día de hoy, el estado se mantuvo ausente, antes y durante. Antes porque no garantizó un derecho que es el derecho a la educación sexual integral. Más de 10 años sin cumplir con la ley de educación sexual. Tampoco le entregó anticonceptivos en forma gratuita, como establece la ley. En el momento de la interrupción del embarazo, a las mujeres las dejó solas (...) Sabe cuándo apareció el estado, señora presidenta? Después, para penalizar, para hostigar, para perseguir a la mujer.

...todos queremos que haya menos abortos, pero la criminalización no ha sido eficaz para terminar con los abortos. Reconozcámoslo. No ha sido eficaz pero sí ha sido muy eficaz para terminar con la vida de miles de mujeres en la Argentina. Reconozcamos que estamos ante una tragedia de salud pública, porque decir 3030 mujeres muertas por abortos clandestinos es una tragedia.

Tomemos de ejemplo a Uruguay. Legaliza el aborto y tiene tasa de aborto prácticamente cero, cuando antes de la ley que legalizaba el aborto tenía nueve muertes maternas por año (Odarda).

Que estamos hablando de un tema que fundamentalmente implica la libertad y el derecho de la mujer, como un nuevo reconocimiento social. Pero también en un país como el nuestro, con profundas desigualdades, con grandes asimetrías sociales, donde la mujer que tiene recursos puede hacerse un aborto o una interrupción del embarazo, me gusta más este concepto, el primero es estigmatizante, en una clínica y pagar y la pobre tiene que ir a una situación en la clandestinidad, con alguna curandera en el peor de los casos, con algún médico con pocos pocos recursos, en un consultorio oscuro y que a lo mejor termina con lesiones graves o permanentes, o con la pérdida de su vida. Y esto es lo que hay que

reparar. No es una cuestión únicamente de derechos, es una cuestión en nuestro país de salud pública, de política de salud pública (Pichetto).

Hay dos caminos, así, de arranque. O miramos a los costados con excusas jurídicas, filosóficas, morales, éticas, con todo tipo de argumentaciones para que nada cambie, para que la clandestinidad y el negocio sea la regla o asumimos que estamos ante un grave problema de salud pública.

...también escuché, y no solamente de manera aislada sino de muchos, referirse a esta cuestión de las estadísticas y de que las pérdidas debidas por las causales de abortos no son tantos y se la comparan con otras causales. La verdad, esto desde lo personal me genera una profunda indignación. Creo que toda muerte evitable, cuando el estado debe intervenir, nos debe movilizar desde la política (Naidenoff).

Estas expresiones apelan al discurso referido o ajeno, en términos de Voloshinov, trayendo datos y argumentos esbozados por el ministro de Salud de la Nación y otros/as profesionales de la medicina en la instancia de comisiones. Hacen estos decires parte de sus argumentos y de su cuestionamiento a la construcción de sentido dominante (y que al momento de cierre de bloques parece triunfadora), que ha desacreditado estadísticas del ministerio de Salud, ha señalado que es bajo el número de pérdidas de vidas por abortos clandestinos (por lo que el estado debería de ocuparse antes de causales que implican más muertes), se ha atacado el periodo de 5 días para llevar adelante la práctica propuesta por la ley y que se contemple la gratuidad de la misma.

Con estas frases, los y las senadoras rescatan la consigna de la *Campaña*: “Aborto legal para no morir”, y recuperan el eje de discusión: el aborto como una problemática de salud pública, a la cual el estado debe dar respuestas inmediatas. Retoma consignas de esta etapa, como #AbortoLegalEsVida; #SenadoresQueSeaLey y #AbortoLegalYa, junto con otras, de instancias previas: #AbortoDeudaDeLaDemocracia; #VivasYLibresAbortoLegal.

Eje 2: Derecho de las personas gestantes a la IVE, rescatando historias individuales y la lucha colectiva. También encontramos expresiones en el discurso que refieren a este núcleo de sentido, como las siguientes:

Sí señora presidenta, yo lamento profundamente señores legisladores, que en todos los debates que he escuchado, o casi todos, y en las comisiones, hubo un gran ausente, lamentable ausente: la mujer, señora presidenta.

Cómo es posible que acá exista una mayoría (...) que cree que le pueda imponer a la mitad o más de la mitad de las mujeres argentinas su mirada y su concepción del mundo. ¿Está claro lo que estoy diciendo? Es inconcebible que legisladores que provienen de culturas populares y democráticas piensen que le pueden imponer a la otra mitad del país una decisión tan íntima y tan personal, que podemos debatir por años. Pero que quienes deciden seguir o no seguir con el embarazo son las mujeres. ¿Adónde está la democracia?.

Lo que acá discutimos no es aborto sí o aborto no, porque nadie quiere el aborto. Y en la ley que viene de Diputados, podrá tener limitaciones pero no le impone el aborto a nadie. Le posibilita a esa otra mitad de las mujeres argentinas que sin ser católicas o evangélicas, profesan otras creencias o credos, o aún siendo católicas cristianas, deciden interrumpir su embarazo. Tildar, como hemos escuchado en los debates, de genocidas, de irresponsables, de asesinos, a quienes decimos que hay que legalizar la interrupción voluntaria del embarazo es un atropello que el cuerpo debe repudiarlo. Porque si somos genocidas, son genocidas los principales países democráticos de la tierra, los que tienen, los que aplican de la manera más rigurosa los derechos humanos y sociales.

Yo también sufrí en mi juventud la represión del medio ambiente. Me coloco en la posición y en la actitud de los chicos de 14, 15, 16 años que se aman, señora presidenta. Se aman. ¿O les vamos a enseñar que deben o no amarse?

Qué derecho tiene el pobre, además, si en la crisis brutal que vive la Argentina, de una crisis en otra, no le queda por lo menos el derecho de amarse.

Yo lo sufrí en carne propia, a los 16 años. Me recibí de bachiller y me enamoré profundamente. Ella también, Nos enamoramos tanto, con la oposición de la familia de ella, que nos escapamos. Y nos amamos. Por supuesto, ella quedó embarazada. Al tiempo desapareció, o no la vi por un tiempo, y luego me enteré que, la verdad, había entrado en pánico. Estaba tan perseguida por el miedo a la represión de sus padres y la represión social, que terminó haciéndose un aborto clandestino. Hubo que internarla varias semanas porque casi se muere de una infección. Yo lo viví. Viví el pánico de esa chica. Yo no quiero una juventud con pánico, señora presidenta. Yo no quiero una juventud que le tema al mundo que viene, ni a los mayores (Solanas).

...acá no se decide aborto sí, aborto no. Porque todos estamos en contra del aborto. Se decide aborto en el hospital, como debe ser en un estado laico, o aborto clandestino, con un perejil, con una percha, con cualquier cosa que realmente pone a la mujer en una situación humillante, degradante, una verdadera tortura.

Hoy tenemos una legalización parcial, señora presidenta. No digamos que no tenemos reconocido el aborto porque lo tenemos reconocido hace 100 años. Estamos hablando de una ampliación del derecho. De pasar de un sistema de causales a pasar a un sistema mixto, a un sistema de plazos.

Con esta ley, señora presidenta, también se va a garantizar que ninguna mujer se vea obligada a interrumpir su embarazo porque su consentimiento debe ser explícito, libre e informado.

Con el aborto no habrá, como dijo el doctor Favalaro (...) no habrá ni más ni menos abortos, pero habrá menos madres muertas, el resto es educar, no legislar.

Por eso, señora presidenta, voy a terminar diciendo que vamos a seguir peleando por la paridad de género, porque a las mujeres nunca nos regalaron los derechos, los tuvimos que arrancar, uno por uno, al poder patriarcal (Odarda).

Solanas y Odarda ponen en valor, nuevamente, el aborto como el derecho a decidir. Se apoyan, para eso, en distintas herramientas discursivas. En el caso de Solanas, embate contra la iglesia católica y sus referentes, que atacan dicho derecho. Además, relata una experiencia personal y, con ello, vemos cómo la problemática ha logrado desbloquear umbrales de decibilidad intocables en otros momentos históricos. Solanas, abuelo, con más de 80 años, relata un aborto que acompañó en su juventud, hace más de 60 años, cuando había “represión” por parte de las familias y, también, “represión social”.

Asimismo, los/as senadores/as apelan al discurso referido o ajeno, rescatando una de las estrategias fundamentales de la *Campaña* durante este año: la discusión “es aborto legal o aborto clandestino”. Recuperan en sus exposiciones el decir del doctor Rene Favalaro explícitamente o datos concretos expuestos por otros/as disertantes en comisiones. Por ejemplo, la senadora Odarda explica la ley IVE como una “ampliación de derechos”, destacando que “el aborto está reconocido en nuestra legislación hace 100 años”, como lo hace la abogada Natalia Gherardi en comisiones (y analizamos en la instancia anterior).

Otras expresiones valorativas en torno a este eje de la IVE como derecho de las personas gestantes son expuestas por el resto de los/as senadores/as mencionados a favor del proyecto:

¿Es justo que una sociedad que ha adquirido este nivel de movilización y de comprensión, le sigamos imponiendo unos la conducta a los otros, porque está claro que esta no era una ley que obligaba abortar a nadie (Fernández).

...es totalmente falaz el argumento de que la Constitución y el bloque constitucional, con la incorporación de los tratados internacionales y todos los pactos de derechos humanos, bloquean la posibilidad de la interrupción del embarazo. Es una gran mentira (...) la posición mayoritaria de la Convención fue precisamente cerrarle el camino a algunas ideas retrógradas que estaban planteadas desde la minoría de la Convención, que sostenían que era imposible interrumpir el embarazo en cualquier circunstancia. Ganó el pensamiento mayoritario, con la conducción y el liderazgo de importantes actores, como el doctor Maqueda, como muchos de los que han integrado la Convención.

Y, en el caso FAL, la Corte Suprema de Justicia ratifica claramente esta estructura de pensamiento que tuvo el constituyente, de que está habilitada la posibilidad de la interrupción del embarazo fundamentalmente frente a casos como analiza el caso FAL de violación o de riesgo de la vida de la de la mujer. Son los dos conceptos que son totalmente definidos, claramente, con algunos lineamientos fundamentales que tienen que ver con que el estado debe responder rápidamente, donde los médicos tienen que estar al servicio de la persona que solicita la interrupción del embarazo cuando ha sido violada.

...de ninguna manera esta norma que estamos discutiendo es inconstitucional, de ninguna manera (...) Esta es una cuestión también de visión, de convicciones, pero me parece que la verdad constitucional, los lineamientos del último fallo de la Corte, definen claramente cuál es el bloque de ideas de la estructura constitucional, de la Constitución del año 94.

...el presidente Valéry Giscard d'Estaing (...) pone en marcha el debate de la ley. Dice, tenemos que buscar una solución más justa para este tema. Fundamentalmente para atender el problema de las mujeres sin recursos. Y luego (...) se reúne con Pablo Sexto, entonces el Papa en ese momento, le pregunta por qué habilitó el debate siendo usted un católico. Y le dijo: "su Santidad, soy católico. Como católico no estoy de acuerdo con el aborto, como presidente de Francia lo considero imprescindible, porque tengo que legislar para todos, por encima de las creencias.

Quería terminar de analizar el tema de la Corte Suprema de Justicia Americana porque los americanos tienen un fuerte sentido ligado al derecho privado, al derecho individual, el derecho a la libertad. La mujer tiene derecho a hacer lo que realmente quiere hacer. No está enfocado desde el punto de vista que en la Argentina se planteó este debate, que es un debate también de salud pública, en donde el estado tiene que garantizar a las mujeres pobres y humildes, que muchas veces terminan en el cementerio por prácticas clandestinas. Tiene que garantizarle que la práctica va a ser en un sanatorio, va a ser en un hospital, se va a hacer con todas las condiciones de higiene y la mujer va a poder sobrevivir a un hecho muy duro, muy muy tremendo en la vida de la mujer (Pichetto).

Mientras Fernández da cuenta de cómo, en pleno 2018, el estado argentino impone y obliga a la clandestinidad a una gran parte de la población que reclama un derecho, Pichetto desestima uno de los núcleos de sentido fundamentales expuestos por la oposición al proyecto (y que analizamos en el eje 2). Para ello, confronta y desestima las afirmaciones de que la ley IVE es inconstitucional y que violenta su letra y la de tratados internacionales a los que adhiere desde 1994. Nuevamente, se alude al discurso referido o ajeno, citando los dichos del presidente de Francia con el Vaticano, así como explicando los alcances de la Constitución Nacional, el fallo FAL y la decisión de la Corte Suprema de Justicia de Estados Unidos, respecto del aborto.

Por otra parte, ligado a este eje se presentan dos ideas secundarias: la importancia de defender un estado laico y el hecho que legislar a favor de la vida solo se traduce en generar, promover y defender derechos y oportunidades para toda la ciudadanía, de manera constante.

Respecto a la laicidad en el estado, Odarda plantea:

...en el estado laico los gobiernos y los legisladores tienen que realizar acciones positivas para todos los ciudadanos, para garantizar los derechos individuales, los derechos colectivos, las garantías constitucionales, para garantizar la diversidad.

Estamos en un estado laico, señora presidenta, y aquí quiero leer unas palabras de Diana Maffía, doctora en Filosofía, reconocida luchadora en favor de los derechos de la mujer, que participó de los debates (...) la fuente laica de la moralidad de nuestra sociedad (...) (son) los derechos humanos. Y su respeto indica no sólo el acceso al aborto legal sino que tipifica como tortura su extendida falta de acceso. Tortura selectiva porque sólo llega a los cuerpos gestantes.

Por su parte, Naidenoff aporta:

Yo respeto las creencias pero para mí las creencias tienen que ver con mi fuero íntimo, con mi derecho a la privacidad. Yo soy un hombre de fe, yo soy un hombre que pertenezco a la religión católica (...) y me aferro a la fe en mi vida, pero diferencié la creencia del rol del estado, porque me formé en un partido que tiene una visión laica, y en esa visión laica la opinión mayoritaria o una creencia mayoritaria, no puede imponerse al conjunto de la sociedad.

Y a partir de ello, da cuenta de los aportes de la laicidad en el estado:

No fue fácil, no fue sencilla, desde la Ley 1420, con la educación gratuita y laica, se logró la creación de los registros del estado civil (...) intervino el estado y, también, así se terminó en una disputa y en la ruptura con la Santa Sede (...) pero existió valentía política para asumir un rol del estado, valentía política para reafirmar un estado laico.

Alude también a otras legislaciones y normativas discutidas por el sector que se opone a la ley, como la reforma constitucional del 94:

esa reforma (...) amplió derechos y garantías, posibilitó ampliar y avanzar en derechos y ampliar y avanzar en un plano de igualdad, como también con esa cláusula del 75 inciso 23. No fue fácil tampoco, ni en el 85 y en el 87. Miren, la senadora Cristina Fernández ha hecho referencia a la sociedad patriarcal y hay que asumirla. Hoy la ley de patria potestad compartida lo asumimos con naturalidad, pero fue necesario la impronta de Alfonsín en 1985, para que la ley de patria potestad compartida pueda hacerse realidad.

Yo la tomo con naturalidad, la tensión y el conflicto entre la visión religiosa y laica, porque tiene que ver con nuestra historia.

También menciona la Ley de divorcio, la Ley de fertilización asistida, la Ley 26.485 de Protección integral de las mujeres y, a partir de ello, manifiesta y cuestiona:

También hay que hacerse cargo de lo que se vota, de los avances y de cada paso que fuimos dando en el transcurso de estos años, y también tuvo cuestionamientos fuertes, claro está, pero fue un avance. (...) Solamente quisiera preguntarles a todos, con los resultados a la vista entre la tensión religiosa y la visión laica, ¿cuál fue el saldo o el balance para la sociedad argentina? ¿Fueron retrocesos o fueron avances en materia de derechos? Fueron avances, nítidamente fueron avances.

En tanto que las senadoras María Odarda y Cristina Fernández se enfocan en lo que significa “defender la vida” como legisladoras y enumeran en sus disertaciones las múltiples leyes y normativas que se han sancionado (o a las que ha adherido) Río Negro, en el caso de la primera, y a nivel nacional, en el caso de la segunda. Refieren a múltiples políticas públicas relacionadas a la salud sexual y reproductiva, como así también, al bienestar y la integridad de mujeres y el resto de la población.

Cristina Fernández afirma: “yo siempre he votado por la vida y he gobernado por y para la vida, siempre” y agrega:

la asignación universal por hijo, tal vez una de las creaciones más importantes para defender la vida, porque no hay una vida, dos vidas, tres vidas. Hay una sola vida y hay que defenderla siempre. También cuando asignamos partidas para lo que son la prevención del embarazo no deseado, entre el año 2003 y 2015, se incrementó 1.046% los recursos para este sector. Si uno mira el presupuesto de este año, ha sido solamente ejecutado en un 12% ...tenemos que entender también que vamos a tener que incorporar la cuestión feminista a lo nacional y popular que caracterizó al peronismo durante décadas (...) Vamos a tener que incorporarle: nacional, popular, democrático y feminista, porque hay dentro de la explotación de los trabajadores, del capital sobre el trabajo, hay también dentro de eso una subcategoría de explotación (...) y la verdad que la vida se defiende en todos los aspectos y en todos los momentos.

No puede haber defensa de la vida cuando se siguen achicando las partidas de educación, de salud, cuándo cada vez hay gente con mayores problemas de subsistencia alimentario, porque no pueden hacer frente a las facturas, porque eso también es vivir. Es imposible vivir sin recursos o con esos recursos achicándose cada vez más. Entonces, me parece que deberíamos ser todos muy cuidadosos cuando pretendemos adueñarnos, a partir de esto de que unos defienden la vida y los otros no.

Precarizar derechos es votar contra la vida, porque le arruinamos la vida a la gente también cuando no tiene buena salud, cuando no tiene buen salario, cuando no tiene buen trabajo, cuando no alcanza la gaita, cuando están durmiendo en la calle (Fernández).

De esta manera, Fernández batalla sentidos, no sólo con quienes se oponen a la ley y se autodenominan “defensores de la vida”, sino también contra el gobierno de Mauricio Macri y sus políticas de gobierno.

Por su parte, Pichetto se suma a la misma línea y va un poco más allá, arremetiendo directamente contra el posicionamiento del presidente Macri respecto del proyecto IVE:

Yo rescato la decisión del presidente, de Macri, de poner este debate en la sociedad. Me parece que fue una decisión importante. Había una demanda fundamental. Estaba ahí, estaba en la calle y está en la calle (...) en un país de naturaleza presidencial como es la Argentina, la opinión del presidente no puede ser abierta frente a la instalación de un tema de esta naturaleza. Debería haberse comprometido con todo en la decisión de que esta ley saliera, porque la Argentina iba a ser un poquitito más justa, presidente, un poquitito (Pichetto).

Eje 3: La ausencia de una propuesta del sector opositor que brinde una solución alternativa a la problemática. En esta instancia, la crítica a la ausencia de alternativas se dirige directamente a cuestionar el voto negativo como sinónimo de escasez de compromiso y/o de aferramiento a creencias y convicciones personales, por sobre el bienestar general de la población a la cual se representa:

...soy el único senador de los tres que apoya esto en una ciudad que mayoritariamente se ha expresado. Entonces, estamos en problemas señora presidenta. Quiénes son los que se oponen? Si, sectores ultraconservadores.

Adónde estuvo la iglesia, la verdad. La iglesia bendijo los vuelos de la muerte, la iglesia sabía que se torturaba a mujeres embarazadas, la iglesia sabía que se entregaban los hijos de esas mujeres. No los vimos en la calle denunciando, ni marchando, como marchaba Nora Cortiñas, desafiando la represión frente a la Casa Rosada.

¿Por qué sigue existiendo esto? Porque sigue existiendo una concepción patriarcal de la mujer descartable, de la mujer tutelada, la mujer infantilizada, la mujer incubadora, señora presidenta (Solanas).

Mire, si yo tuviera la certeza de que votando negativamente o rechazando la media sanción que viene de Diputados no hay más abortos en la República Argentina, no tendría ninguna duda en levantar la mano. El problema es que este cuerpo hoy va a rechazar lo que viene como media sanción de Diputados y van a seguir produciéndose los abortos. Y ahí ya no es una cuestión únicamente de convicciones o de creencias, sino de dar respuesta como legisladores a un problema que existe.

...creo que tenemos que hacer un esfuerzo, un esfuerzo muy grande, porque hoy no estamos proponiéndole una alternativa a un problema que existe, el problema del aborto existe en la Argentina. Sucede, sucede, estemos o no estemos de acuerdo, sucede, y hay que darle una respuesta como legisladores. No les gusta esta respuesta, discutamos otra, pero no estamos discutiendo ninguna respuesta. Hoy estamos cerrando la cortina, bajando la cortina, rechazando. Nunca tenemos que rechazar, creo que tenemos que esencialmente proponer una alternativa.

Siempre se vota con convicciones, siempre se vota con convicciones, el problema es cuándo las convicciones que queremos nosotros se ejercen sobre otras personas que no tienen esas convicciones. Ahí está el conflicto.

...en este caso puntual, ante una sociedad que está demandando una respuesta a un problema que tienen, o a derechos que quieren, porque quieren derechos, entonces creo que deberíamos todos hacer un esfuerzo muy grande para dar una respuesta a esas demandas.

...no quiero ocupar el lugar que, cuando los jóvenes se acuerden de mí, se acuerden de la manera que muchas veces se refieren a esos que nunca entienden lo que pasa (Fernández).

Me parece presidente que si el Senado hoy no está a la altura de las demandas sociales, seguramente este tema en el futuro se va a tratar, o tal vez la Corte, que ha tenido una visión progresista, yo creo en esta Corte Suprema que tiene la Nación (Pichetto).

Bueno, nosotros, los que acompañamos la media sanción de Diputados con las modificaciones que se generaron (...) estamos convencidos que el estado debe hacerse cargo. Hacerse cargo del estado del problema de salud pública. Mirar a los costados es lo que va a pasar hoy, al final del camino mirar a los costados con el rechazo liso y llano de la ley es mirar a los costados. Clandestinidad, negocio, oscurantismo y doble moral.

Yo quiero respetar, porque respeto sinceramente cuando se defiende con vehemencia las convicciones. Diferencio las creencias de las convicciones y el rol del estado. Son cosas absolutamente distintas.

Yo quiero decirles que a todos nos moviliza el salvar vidas, yo desde lo personal no voy a permitir que, por tener en claro que estamos ante un problema de salud pública, se nos endilgue que sobre nuestras espaldas no pesa la conciencia para salvar alguna vida. Al contrario, ¿quieren salvar vidas?, ¿quieren que algún embarazo que se interrumpe, pueda tener alguna gestación futura y concretarse en un nacimiento?

En realidad el debate, el centro del debate tiene que ver con la dignidad humana ¿Cuál es el nivel de la dirigencia política para soportar los pisos de indignidad? ¿Tenemos la capacidad y la valentía de convivir con la doble moral?

No hay nada más indigno que avalar lo clandestino, no hay nada más indigno que mirar a los costados cuando alguien se interna y no hacemos absolutamente nada, o al contrario, lo que hacemos es profundizar las brechas de desigualdad. Y en este debate estos son los dos caminos.

Se salva una vida ante una realidad cuando el estado, de mirar a los costados da un paso adelante y asume su rol. Y lo que discutimos es eso, el rol del estado ante un grave problema.

Yo no creo que la mayoría que decidió afrontar un problema clandestino para hacerlo legal tenga el sello en la frente de querer, de alguna manera, dejar de lado una vida humana. Me parece que se trata de avanzar con inteligencia, con seriedad, asumiendo los problemas como son este. Es el primer gran eje del debate: dignidad o indignidad.

...si hablamos de derechos o de ampliación de derechos, ¿qué prevalece, una minoría que tracciona para que se generen los cambios o una mayoría que no quiere que se modifiquen las cosas? (Naidenoff).

Finalmente, señalar que solo las dos exposiciones del Frente Progresista, Fernando Pino Solanas y María Odarda, terminan con el pedido consigna de la *Campaña*: “Será ley, habrá ley, contra viento y marea”, culmina Solanas; “Aborto legal en el hospital. Que sea ley!”, reclama Odarda. Sin embargo, las cinco disertaciones aluden y/o se dirigen a la marea verde que acompaña el proceso en las calles, a la juventud que ha militado cada jornada, afirmando que el proyecto alcanzará su sanción por esa movilización y por la historia de lucha de la *Campaña* y sus predecesoras:

Ahí está esa fabulosa y gloriosa juventud en las calles de Buenos Aires. Esta oleada verde de chicas que está expresando una marcha que lleva años de las mujeres, nada menos que por el reconocimiento igualitario de sus derechos. No sólo el derecho a la vida de las mujeres, el derecho a poder decidir sobre su cuerpo y por qué no... Por qué tenemos miedo decir que el derecho a gozar, a gozar de la vida y a gozar de su cuerpo.

Lo que yo digo es que hoy no es una derrota, se lo digo a las chicas que están afuera. Este es un triunfo monumental, porque hemos logrado colocar en el debate nacional. Ellas han logrado. Ellas, años de movilización. Es un debate fundamental de esta Argentina que siempre fue vanguardia en América Latina de grandes causas que estaban prohibidas.

Entonces, señora presidenta, esto se lo digo a los que están afuera. Que nadie se deje llevar por la cultura de la derrota. Bravo chicas, ustedes han levantado alto el honor y la dignidad de las mujeres argentinas! Esta causa, esta noche tiene un pequeño descanso, pero en poquitas semanas todas de vuelta, de pie, porque si no sale hoy, el año que viene vamos insistir, y si no sale el año que viene, insistiremos el otro. Nadie podrá parar a la oleada de la nueva generación (Solanas).

Si nosotros hoy tomamos la decisión de aprobar la ley vamos a terminar con las muertes maternas. Ese es el razonamiento, simple, sencillo y que seguramente los jóvenes que están allá afuera esperando una decisión, seguramente hacen el mismo razonamiento. Por qué quienes estamos aquí vamos a contrariar ese razonamiento tan simple? (Odarda).

Si quieren saber quiénes fueron los que me hicieron cambiar de opinión, fueron las miles y miles de chicas que se volcaron a la calle. Verles abordar la cuestión feminista, verlas criticar, pero también describir la realidad de una sociedad patriarcal, nos debe colocar a todos en un lugar distinto.

Y le pido también a todas las jóvenes ya, todo el colectivo feminista, no se enojen con las religiones, ni con la iglesia, ni con los sacerdotes. Sigán construyendo esa fuerza que yo pude percibir claramente el último 8 de marzo (Fernández).

Quiero presidenta, para ir concluyendo, decirles que bueno, seguramente, porque los números están cantados, y nadie los ignora, el no va a ganar esta noche, pero el futuro no le pertenece. Más temprano que tarde, en un día seguramente más luminoso que este día gris, triste de lluvia, las mujeres van a tener la respuesta normativa que necesitan. Salir de la brutalidad del estado, de la penalización sobre la base de un hecho dramático. Quiero decirles recordando (...) a Miguel Unamuno en el momento que los fascistas entraron a la Universidad de Salamanca (...) “Vencerán pero no convencerán”. Quiero decirles que estoy convencido que la Argentina, cuando podamos votar este tema, va a entrar definitivamente en la modernidad, va a entrar en un proceso de justicia, de equidad.

Presidenta, repito, más temprano que tarde el si va a ganar este debate (Pichetto).

El resultado, desde luego, qué algunos dirán no es el esperado. Miren, la historia nos demuestra que cuando se trata de ampliar derechos de autonomía, la sociedad siempre está a la vanguardia, siempre está a la vanguardia. La política siempre, un paso atrás. Presidente quiero decirles, ante esta votación cantada, me quiero dirigir especialmente al colectivo de mujeres, y a los miles de jóvenes que de manera apasionada están bancando para que esto sea ley, y especialmente a los jóvenes de mi partido, a la juventud radical y a la Franja Morada (...) que este es un primer paso. Que más allá del resultado y de mayorías circunstanciales, nada está perdido, nada está perdido, porque es sólo cuestión de tiempo para que desde la política tengamos la valentía de entender que un estado laico siempre es mucho más potente que alguna creencia individual. Reafirmando esta visión, vamos a garantizar libertad, autonomía, igualdad y derechos. Nunca será un retroceso, siempre será un avance (Naidenoff).

Estas expresiones valorativas responden a enunciados doblemente destinados, tal como postula Bajtin: a las pibas de la marea, a la militancia del presente que habita las calles y a las del pasado: las activistas y las muertas, las que ya no están pero son parte intrínseca de esta lucha que en 2018 no logra su cometido final, mas avanza significativamente.

De esta manera, la *Campaña* no alcanza su estrategia fundamental en este 2018. La sanción de la Ley IVE se ve impedida en el Senado y es innegable la desazón del colectivo y de la marea verde. Sin embargo, tal como acuerdan desde los y las senadoras consignados/as, como la propia *Campaña* en las comunicaciones que difundirá los días siguientes, y analistas que hemos citado en toda esta investigación, el 2018 fue un año determinante para la historia de lucha por la interrupción voluntaria del embarazo en Argentina. Sin él, jamás se habría logrado la efectiva sanción en 2020. 2018 significó la despenalización social del aborto. De esta manera, este gran triunfo fue posible a partir de todo el trabajo de incidencia llevado adelante por la *Campaña* y sus predecesoras desde el regreso de la democracia hasta 2018, cuando el aborto salió completamente del umbral de lo indecible. Sus muertas, las consecuencias de la clandestinidad, la persecución médica y judicial, la estigmatización, las realidades diversas en relación a la clase social de pertenencia, ocuparon numeroso espacio y tiempo en el discurso social. Y junto con el aborto, se cuestionaron fuertemente en la agenda mediática y política las otras dos consignas batalladas por la *Campaña*: la ausencia de educación sexual integral y la falta de efectivo acceso a métodos anticonceptivos a lo largo y ancho del país.

La despenalización social también se hizo evidente a partir de la visibilización del socorrismo rosa y de la Red de Profesionales de la Salud por el Derecho a Decidir que explicaron cómo, cuándo y cuánto se apelaba en la Argentina al aborto medicamentoso con éxito mientras el discurso hegemónico negaba su existencia, sus números, su concreción. La despenalización social, asimismo, alcanzó su lugar cuando voces autorizadas del ámbito legal explicaron los alcances de la normativa vigente, desde 1921 y ratificada luego por el fallo FAL de la Corte Suprema de Justicia de la Nación en 2012. Con dicha explicación se

dio cuenta de que el aborto en la Argentina era una realidad, negada y obstaculizada por sectores conservadores del ámbito médico y legal, y cuyas resoluciones e impedimentos promovían consecuencias sobre personas reales: mujeres con nombre y apellido. Se fortaleció cuando relataron casos concretos de víctimas de imputación y prisión por un supuesto aborto provocado, víctimas de abortos legales impedidos, a pesar de que corría peligro la vida de la madre y otros ejemplos, comentados por médicas, abogadas, familiares de víctimas.

Otra marca de la incidencia de la *Campaña* y su estrategia comunicacional en 2018 se visibiliza en una rápida revisión de los recursos a los que acude el sector opositor durante su discurso. Nada sorprende y en muy poco se innova (el único elemento diferente y propio es el diseño de fetos gigantes en cartapesta). En líneas generales, copian las estrategias de comunicación de la *Campaña*. Apelan a un pañuelo de otro color (celeste) y acciones en torno a él, como pañuelazos, compra de pañuelos, llevarlos como insignia en la indumentaria de quienes adhieren a su idea. También convocan tuitazos, contramarchas y concentraciones, despliegan escenarios y buscan que figuras públicas se expresen en el marco de su argumentación. Realizan incidencia mediática y legislativa, muy tranquila al comienzo y que recrudece tras la sanción inicial en Diputados.

2018 termina sin alcanzar la sanción de la ley, estrategia fundamental a la que apunta la *Campaña* desde sus orígenes. No obstante, su incidencia en el discurso social es indiscutible. Lo demuestra su enorme organización federal hecha marea y, también, hecha de redes de profesionales dispuestos/as a seguir incidiendo en sus ámbitos hasta que el proyecto vuelva al Congreso y sea ley. Lo demuestra la presencia verde que será acción y consigna en próximas efemérides feministas, en las calles, en las redes y en reclamos de los movimientos de mujeres, sociales y populares. Lo evidencia el pañuelo verde en la indumentaria de incontables personas en la calle, como señal de pertenencia a un movimiento mucho más amplio que la *Campaña*, como distintivo de lucha por los derechos humanos y los derechos de mujeres y disidencias.

Finalizamos, entonces, este capítulo, valorando la amplia riqueza de recursos para el análisis aportado por este 2018 y destacando que, sin ello, sería imposible comprender y examinar lo acontecido en 2020, en el lapso de un mes y medio.

El 2018 termina con la negativa del Senado a sancionar un proyecto que, por primera vez se instala en el discurso social como representante de la lucha de una genealogía de mujeres y personas gestantes, que reclaman y exigen su derecho a decidir. El proyecto negado se expone, tras seis experiencias previas sin éxito y se transforma en el grito de miles y miles de seres en todo el país que recuerdan esta gran deuda de la democracia con los derechos humanos de mujeres y personas gestantes. Por todo lo señalado es indudable que, por primera vez, tras años de militancia, la problemática se

instaló en el discurso social y, tras mucho debate y participación de múltiples sectores, el 2018 se traduce en la despenalización social del aborto.

Capítulo 7: 2020, el año de la sanción

En este último capítulo analizamos las particularidades de la comunicación para la incidencia de la *Campaña por el Derecho al Aborto* durante 2020. Puntualmente, nos enfocamos en el último mes y medio de dicho año, periodo en el cual se presentó, debatió y sancionó la Ley de interrupción voluntaria del embarazo.

Antes de avanzar en el mismo, realizamos una breve síntesis de lo ocurrido tras la negativa a la ley en 2018. En este lapso, la *Campaña* continuó movilizándose en las calles, con presencia en fechas significativas para los movimientos de mujeres. Promovió y participó de acciones, encuentros, jornadas y debates sobre interrupción del embarazo, educación sexual integral y políticas de salud sexual y (no) reproductiva en distintos rincones del país. En 2019, año electoral en la Argentina, militó y exigió que las fórmulas presidenciales se expidieran sobre su posicionamiento respecto a la legalización del aborto, para que la población conociera dicha información antes de votar a sus candidatos/as. No obstante, su principal acción de incidencia consistió en generar el octavo proyecto de interrupción voluntaria del embarazo durante más de cuatro meses de trabajo de la Comisión Redactora, discusión territorial federal y dos jornadas exhaustivas de debate en el marco de su plenaria. Este proyecto se destacó de los previos porque implicó una activa revisión de su predecesor y de su discusión parlamentaria en 2018. Este octavo proyecto se presentó en el Congreso el 28 de mayo de 2019, para el aniversario número 14 de la *Campaña*, con la marea verde intacta, presente en las calles y recordando el consenso alcanzado.

Luego de su asunción, en diciembre de 2019, el presidente Alberto Fernández ratificó su compromiso con el debate de la legalización del aborto pero la pandemia de Covid19, en 2020, promovió políticas de gobierno que solo giraron en torno al virus, en todo el mundo. Ante esto, la *Campaña* y los movimientos de mujeres sostuvieron la militancia activa de la IVE, exigiendo constantemente su tratamiento ante un contexto de aislamiento y encierro que favorecía prácticas sexuales violentas y embarazos no deseados. Para ello, ante el contexto de distanciamiento social, el colectivo convocó y desarrolló acciones de incidencia, principalmente en redes sociales. Finalmente, el 17 de noviembre de 2020, el Poder Ejecutivo envió a la Cámara de Diputados, el Proyecto de ley sobre regulación del acceso a la interrupción voluntaria del embarazo y a la atención postaborto, junto al Proyecto de ley de cuidado integral durante el embarazo, denominado también, "Plan de los 1000 días". El Gobierno Nacional promovió ambos proyectos conjuntamente como respuesta global a la problemática y con el objetivo de exhibir al estado como garante de

derechos, de la salud y la posibilidad de elegir de mujeres y personas con capacidad de gestar.

El proyecto del Ejecutivo, con grandes similitudes y escasas diferencias con el octavo presentado por la *Campaña* durante 2019, comenzó a ser debatido en las comisiones de Legislación General; Legislación Penal; Mujeres y Diversidad y Acción Social y Salud Pública en Diputados, el 1 de diciembre. Obtuvo dictamen favorable el 9 de ese mes.

Con una multitudinaria vigilia federal en las inmediaciones del Congreso Nacional y, también, en diversos puntos de encuentro en numerosas ciudades del país (a pesar del contexto de distanciamiento social aún activo), el 11 de diciembre se obtuvo la esperada sanción inicial en la Cámara baja, con 131 votos afirmativos, 117 negativos y 6 abstenciones.

El proyecto ingresó, de esta manera, a las comisiones Banca de la Mujer; Justicia y Asuntos Penales y Salud del Senado de la Nación y se debatió en reuniones plenarios del 14 al 18 de diciembre, cuando obtuvo dictamen para darle tratamiento el 29 de diciembre.

El debate en el Senado comenzó pasadas las 16 horas del 29 y culminó el 30 de diciembre con su aprobación por 38 votos a favor, 29 en contra y una abstención. La diferencia con 2018 fue significativa ya que se invirtieron los números: 38 votos en contra, 31 a favor y 2 abstenciones que implicaron el rechazo en aquel momento.

En este apartado nos enfocamos en describir y analizar el periodo comprendido entre el 17 de noviembre, fecha de presentación del proyecto de interrupción del embarazo del Poder Ejecutivo en el Congreso, hasta el 31 de diciembre, jornada posterior a la sanción de la ley. Nos enfocamos en las categorías trabajadas durante 2018 en *Twitter* e incorporamos una nueva unidad de análisis: la cuenta de *Instagram* de la *Campaña*. Partimos, entonces, con la observación de los posteos de apertura de este periodo en ambas cuentas y redes sociales. Continuamos señalando algunas particularidades y acciones comunicacionales desplegadas por la *Campaña* durante el mes de noviembre, a la espera del debate en comisiones y, posteriormente, en las cámaras, durante diciembre. Asimismo, describimos las similitudes y diferencias de la estrategia de comunicación para la incidencia llevada adelante por la *Campaña* en el periodo de debate 2018 y en el de 2020. Nos detenemos, especialmente, en aquellas construcciones diferentes y sus objetivos, de manera de enriquecer el análisis y no redundar, innecesariamente.

7.1 Noviembre

7.1.1 Presentación del Proyecto del Poder Ejecutivo

Comenzamos el análisis de noviembre el 17, cuando el presidente Alberto Fernández presentó en el Congreso un nuevo proyecto de ley de interrupción voluntaria del

embarazo. La *Campaña* realizó durante esta jornada 5 posteos en *Instagram* y en *Twitter*, reiterando estas publicaciones y sumando 2 más (7 totales). Nos detenemos en los posteos coincidentes que resultan más relevantes: el comunicado realizado por la *Campaña* ante la presentación del proyecto del Poder Ejecutivo; un significativo video de Dora Coledesky, una de las pioneras de la lucha por la legalización del aborto, en una asamblea de autoconvocadas en el Encuentro Nacional de Mujeres de Rosario en 2003; un video realizado por integrantes de la *Campaña*, en una intervención en Tigre y, finalmente, la convocatoria (mediante un *flyer*) a participar de una acción digital denominado “Nuestros pañuelos son historias”.

La *Campaña* se expresa con un comunicado ante la presentación del proyecto de interrupción voluntaria del embarazo del Poder Ejecutivo en el Congreso. En *Twitter* lo publica mediante un hilo de 21 posteos. El primero de ellos comienza con un *flyer* de convocatoria a una Jornada Federal el día siguiente, 18 de noviembre, acompañado del siguiente *copy* (texto que acompaña la imagen): “#ABORTOLEGAL2020 ¡QUE COMIENZE EL TRATAMIENTO EN EL CONGRESO! La Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal Seguro y Gratuito saluda la presentación del proyecto de Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo (IVE), redactado por el Poder Ejecutivo Nacional”. En los siguientes tuits se especifica el pedido, con las siguientes expresiones valorativas:

Exigimos un debate parlamentario, social y mediático a la altura de la historia de nuestro activismo por el derecho al aborto: un tratamiento expeditivo en el Congreso, sin lugar para la desinformación, mensajes de odio y expresiones antidemocráticas en los medios y en las redes”,

“Exigimos el reconocimiento del Estado de nuestro derecho al aborto y que sea en 2020. Lo haremos a través de una jornada federal el miércoles 18 de noviembre, con alrededor de medio centenar de caravanas, pañuelazos, bicicleteadas e intervenciones en ciudades de todo el país.

Luego se consignan los puntos de encuentro y actividades en todo el país (más de 50 lugares), para cerrar reforzando la intención de su estrategia de comunicación para la incidencia y sus consignas históricas:

Es urgente y prioritario que se sancione la Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo para saldar una deuda de la democracia con mujeres, lesbianas, bisexuales, varones trans y personas no binarias. Es una cuestión de salud pública, justicia social y Derechos Humanos. ¡Es ahora! #AbortoLegal2020 Educación sexual para decidir. Anticonceptivos para no abortar. Aborto Legal para no morir.

El mismo mensaje se publica en *Instagram* solo que en un formato más acorde a dicha red: un carrusel que inicia con el *flyer* descrito y, a continuación, imágenes del texto del comunicado que formula el mismo contenido desarrollado en el *copy* del hilo de tuits recién explicado (se reiteran, además, los dos primeros párrafos del documento en el *copy* de esta red). En ambas redes, la consigna central es #AbortoLegal2020, que se refuerza con el *hashtag* #EsAhora y, por tanto, sus destinatarios centrales son los y las responsables

políticos de concretar dicho reclamo: legisladores/as y Poder Ejecutivo (por ser quien presenta el nuevo proyecto). Dentro de este conjunto de público destinatario, se enfoca en los sectores más disconformes con la legalización de la ley (contradestinatarios), aquellos que difunden diversos tipos de argumentos para evitar el pronto tratamiento del proyecto. No obstante, también el mensaje se dirige a prodestinatarios, a quienes invita a participar en la convocatoria del 18 de noviembre, consignando los múltiples puntos en el país para hacerlo.

A pesar de tratarse del mismo mensaje y contenido, observamos que en ambas redes las reacciones de los públicos son diferentes, propio también de las particularidades de *Twitter* e *Instagram*. En esta última red encontramos fundamentalmente seguidores/as prodestinatarios. Por tanto, los comentarios y la interacción en las publicaciones es siempre en apoyo a la *Campaña*, la legalización de la IVE y las propuestas que se llevan a cabo. En este caso en particular, se cuantifican más de 6.200 me gusta y 46 comentarios, en los cuales se consulta cómo y dónde acceder al proyecto del Ejecutivo, se apoya el pronto debate y tratamiento, se reclama algunas modificaciones incorporadas que lo distancian del proyecto presentado por la *Campaña* en 2019, etc. En tanto, en *Twitter*, red meramente política, promotora del debate y el intercambio discursivo (también catalogada por muchos especialistas como la “red del odio”), además de prodestinatarios, que se evidencian en los más de 2.200 me gusta y 291 retuits, se hallan los contradestinatarios, quienes batallan sentidos a través de comentarios y respuestas. En este caso, los cuatro comentarios son opositores a la ley. Los dos primeros manifiestan su opinión mediante texto, con expresiones desvalorizantes y negativas: “Vayan a trabajar no será ley” y “Si matar una vida es tu placer sos una psicópata”. Los otros dos publican un *flyer* que invita a una movilización “por las dos vidas” y culmina con un *hashtag* bastante confuso: #ConAbortoSalimosTODOS. El otro comentario expone un *gif* con el mismo *hashtag* y algunas imágenes: el logo y el pañuelo de “salvemos las dos vidas”, el perfil de un embarazo avanzado con el texto “Sumate a la defensa de los niños por nacer, jugate por la vida!”, un corazón y el texto “El aborto frena un corazón que late. Frenemos el aborto” y, por último, con fondo celeste, la frase “Las personas nunca son errores”.

A diferencia de *Instagram*, en *Twitter* es constante la tensión y la disputa de sentidos, así como formas violentas y agresivas de referirse a quienes apoyan la legalización del aborto. En la mayoría de los casos observados durante el análisis de 2018 y 2020 se acusa a las mujeres y personas gestantes de ignorantes, desalmadas, violentas, individualistas, egoístas o desinteresadas de “un/a otro/s desamparado/a y desprotegido/a”. Con la misma asiduidad e intensidad se les ataca por tener una vida sexual activa, por gozar, por pretender decidir ante las consecuencias de sus prácticas en búsqueda de placer y su despreocupación por evitar un embarazo no deseado. El sector opositor que interactúa

con las cuentas en redes sociales de la *Campaña* evade mencionar situaciones particulares, como casos de violencia sexual o doméstica, de niñas madres (resultado de abuso infantil), de falta de educación sexual o acceso a métodos anticonceptivos. Cuando se les interpela al respecto suelen apelar como solución a la adopción y/o, en menor medida, a un estado más presente en la prevención y no en la legalización.

Otra de las publicaciones de este 17 de noviembre en ambas redes corresponde al video de Dora Coledesky en una asamblea de autoconvocadas del Encuentro Nacional de Mujeres de 2003, en Rosario. Allí, la luchadora pionera defiende el derecho a decidir como una reivindicación necesaria para la humanidad y la vida:

Estamos luchando por un cambio en el mundo, por un cambio en la humanidad. Por la dignidad humana. Y eso tenemos que tenerlo claro (...) No es una cosa sectorial, es la lucha por un mundo diferente, un mundo que no solo es posible, es necesario e imprescindible si queremos luchar por la vida humana.

El video se publica en hilo de tres posteos en *Twitter* y en uno solo en *Instagram*, junto al siguiente *copy*:

¡Estamos luchando por un mundo diferente! En octubre de 2003, en el entonces Encuentro Nacional de Mujeres que se realizó en Rosario, comenzamos a proyectar la @CampAbortoLegal. Compartimos las palabras de Dora Coledesky en una asamblea histórica. Es por ellas, por nosotras y les que vendrán. Por la memoria feminista, por el reconocimiento de nuestros derechos y para que todxs seamos libres. Seguimos exigiendo: ¡Educación sexual para decidir, anticonceptivos para no abortar y aborto legal para no morir! ¡Que comience el tratamiento! Es urgente, #AbortoLegal2020.

La *Campaña* apela al discurso diferido en este caso. Hace suyas las palabras de Dora Coledesky, las hace presente. Dora le habla a sus contemporáneas, por ese 2003, pero también le habla a la marea verde de ese 2020, desplegadas en las calles y en las redes. Se trata, a través de estas publicaciones, de un enunciado doblemente destinado, con gran potencia, dado lo que significa la figura de Dora para los movimientos de mujeres y, fundamentalmente, en la militancia por el derecho a la legalización del aborto. 17 años después de pronunciado, el decir de esta pionera conserva más sentido que nunca y evidencia cómo en todo ese tiempo, mediante múltiples acciones de comunicación para la incidencia de la *Campaña* y los feminismos, se desbloquearon los umbrales de decibilidad que impedían hablar de sexualidad, de salud sexual, de deseo y placer y, sobre todo, del derecho a decidir sobre el propio cuerpo, en el discurso social argentino. Aquel reclamo cuyo alcance y relevancia Dora Coledesky explicaba para un grupo reducido de mujeres en 2003, ahora es el grito de una marea verde que no solo sabe de su valor sino que advierte que no detendrá su lucha hasta alcanzarlo. Por todo esto, estas publicaciones se dirigen casi exclusivamente a prodestinatarios, a la marea verde, a la genealogía de mujeres que le puso nombre y cuerpo a la lucha, que conformó la *Campaña*, que la extendió federalmente, que la hizo crecer en articulación e integración de colectivos y redes nacionales e

internacionales, a las pibas que se sumaron y también reivindicaron la consigna de educación sexual para decidir y anticonceptivos para no abortar. Es, quizá, un homenaje al camino de resistencia construido y al espacio ganado en la disputa de sentido.

En *Twitter* esta publicación presenta más de ocho mil reproducciones, 187 retuits, 626 me gusta y 5 respuestas, de las cuales 3 son a favor o ampliando información respecto del video original (del que la *Campaña* publica un fragmento) y 2 son comentarios negativos: “Para que tanta lucha si la mayoría son tortas? No les hace falta abortar porque eso de quedar embarazadas, no les va a pasar” y “Si quieren aborto paguenselo ustedes inutiles a mi plata no la tocan este pais esta lleno de impueatos y con esto lo que harian seria volvernos mas pobres”.

En *Instagram* encontramos más de 7mil reproducciones, 1387 me gusta y 14 comentarios, 13 a favor de la lucha, de Dora y de la marea verde y solo 1 pone en discusión el alcance de la ley, defendiendo sólo la interrupción del embarazo en casos de violación.

Un aspecto importante a destacar en este punto es el hecho que sin administrar la cuenta de *Instagram* no podemos dar cuenta de un dato fundamental para medir la interacción e incidencia de los posteos, que tiene que ver con la cantidad de compartidos de cada publicación. Además de “megustear”, la acción más habitual de los/as usuarios/as en esta red es compartir en historias posteos de otros usuarios. Esto es algo que en el presente no podemos observar ni analizar pero sabemos que en los periodos de investigación fueron operaciones muy intensas y, dado el objetivo de este posteos, debe haber contado con una gran cantidad de compartidos.

Respecto de la publicación del video de la intervención de la *Campaña* en el Tigre, observamos un conjunto de mujeres movilizándose y portando sus pañuelos verdes (en algunos casos como barbijo) y una gran bandera que dice “Es urgente. #AbortoLegal2020” que finalmente cuelgan de un puente. Las imágenes se presentan acompañadas de un fragmento de la canción “Voy” de Femi, que refiere al encuentro y la sororidad, así como a las luchas de los movimientos de mujeres. Así, el texto en formato gráfico formula: “El derecho al aborto voluntario es una cuestión de igualdad, libertad, autonomía, justicia social, salud pública, derechos humanos. Seguimos en Campaña como hace 15 años, por #AbortoLegal2020. #EsAhora”, mientras se escucha la canción:

Sí el futuro se convierte en lo que luchamos siempre
educando para no matar y no para evitar la muerte
que el amor no es aguantar, que no es la regla del más fuerte
que la mujer al caminar no debería ser valiente
que si existe la igualdad también contempla disidentes
que es posible empatizar desde el respeto y aunque intenten
desunir y desarmar, sembrar el odio entre la gente
feminismo es libertad, revolución, es ser consciente
eso no nos callamos más, viva la voz, alta la frente
en cada esquina en la ciudad vas a encontrar pañuelos verdes.

Se postea en ambas redes con el siguiente texto: “Que el futuro se convierta en lo que luchamos siempre, Acción por #AbortoLegal2020 en #Tigre. Seguimos en campaña hasta que sea Ley”. Con él la *Campaña* busca reposicionar el tema en la agenda pública con una acción política y un discurso potente que busca abarcar a las personas que puedan presenciar en vivo la intervención en Tigre y, también, a todas las que accedan al video en las redes de la *Campaña*. En ambos casos, su principal público es el contradestinatario ya que busca disputar sentido con las voces que se oponen al tratamiento del proyecto (ya sea por la coyuntura y el contexto sanitario o por las razones ya formuladas durante 2018). De esta manera, mientras examinamos en los prodestinatarios reacciones semejantes en ambas redes, la interacción con contradestinatarios se evidencia solo en *Twitter*, con pocos comentarios pero con una fuerte carga de violencia. En *Instagram* encontramos más de 8.000 reproducciones, 1750 me gusta y 9 comentarios, todos a favor de la IVE. Por su parte, en *Twitter* también visualizamos 8.700 reproducciones, 124 retuits, 495 me gusta y 4 respuestas/comentarios. Sin embargo, todas ellas son en contra de la IVE y con expresiones valorativas descalificadoras y violentas: “estas minas son tan taradas que ni leyeron el proyecto, solo quieren que se apruebe sin leer nada, gente ignorante hay en todos lados”, “Pagalo vos a las conchudas que cogen sin cuidarse”, “Esto va a ser una guerra entre los cipayos aborteros bancados por la inglesa amnistia e IPPF y los argentinos de verdad! Quieren guerra!? La van a tener hijas de puta”.

Finalmente, entre las publicaciones presentes en ambas redes, encontramos el posteo que convoca a participar de una acción digital denominada “Nuestros pañuelos son historias”. Tanto en *Twitter* como en *Instagram*, la *Campaña* publica un flyer que consulta:

¿Quién te dio tu primer pañuelo y a quién le vas a regalar uno cuando el aborto sea legal?, junto al copy que explica: “Participá del desafío. Contanos tu historia en imágenes o en videos arrobando a @campabortolegal en todas las redes. Es urgente, #AbortoLegal2020”.

Claramente, el posteo se dirige a prodestinatarias y su objetivo consiste en visibilizar la marea verde, el consenso social y el activismo que no se detendrá hasta alcanzar la sanción de la ley.

La repercusión de esta convocatoria es significativa en la misma jornada. En *Instagram* observamos más de cuatro mil me gusta y 340 comentarios respondiendo la consigna. Vale destacar que, tal como en otros casos, aquí deben haber proliferado publicaciones en formato historia de diversas/as usuarias/os que etiquetaron a la cuenta de la *Campaña* y se compartieron durante esa jornada, también en formato historia, que en el presente de análisis del corpus no podemos ver ni contabilizar. En tanto que en *Twitter*, hallamos 805 retuits, 799 me gusta y más de 150 respuestas con relatos e imágenes. No obstante, en este caso, también deben haberse presentado posteos aislados, desde cuentas de usuarios/as que mencionan a la cuenta de la *Campaña* que, al igual que en

Instagram, desconocemos al no administrar la misma. Las respuestas de estos posteos y su convocatoria dan cuenta no solo del desbloqueo de los umbrales de decibilidad del discurso social argentino, que permite a muchas personas a expresar su vínculo con el pañuelo y, por tanto, con la lucha por la legalización del aborto, sino también apuntan a visibilizar sentires, emociones, compromiso de dichas personas con la sanción de la ley. Así, los relatos expresan encuentro, sororidad, toma de conciencia, valorización del colectivo en lucha:

Allá x el 2018 me compré mi primer pañuelo ... Hoy junto a mis hijas seguimos atentas a #QueSeaLey #AbortoLegal2020 y cuando salga , xq sé que va a salir!!! Voy a regalarle un pañuelos a mis hijos Varones!! #AbortoLegalYa.

Mi hija me regalo mi primer pañuelo, después ella le regaló su pañuelo a su amiga cuando volvió de México y yo le regalé otro a ella. Esta foto es con mis compañeras docentes.

Mi primer pañuelo me lo regaló mi mamá después de un encuentro de mujeres, cuando yo recién empezaba la secundaria. El último lo encontré el otro día caído en el suelo y lo volví a atar en un bolso listo para regalárselo a una compañera.

Mi primer pañuelo me lo regaló mi abuela, y si tengo que elegir a una sola persona para regalarle uno sería a mi ahijada cuando pueda entender el significado de tanta lucha.

Mi amiga @lari_Jofre me lo regaló hace unos años. Desde ese día lo tengo encima. Para mí representa el aguante de las mujeres que me acompañan siempre.

Recuerdo regalarle uno a @sylviopolis y otro a @BitaAranda y ellas me regalaron el de la campaña de México que es un sueño, muy bello. Latinoamérica será toda femininja.

Por último, nos detenemos en una publicación que solo se encuentra en *Twitter* y corresponde al retuit del anuncio de la presentación del proyecto de IVE y el proyecto para instituir el Programa de los 1000 días realizado por el presidente Alberto Fernández y publicado en su cuenta oficial.

La *Campaña* lo comparte con el siguiente *copy*: “Un reclamo histórico, una deuda de la democracia. @alferdez incluye en agenda parlamentaria el proyecto de Interrupción Voluntaria del embarazo. Una conquista de lxs que luchamos por más derechos. ¡Tratamiento Urgente! ¡Seguimos en Campaña hasta que sea Ley! #AbortoLegal2020”. Tal como en el primer posteo que describimos en este apartado, del comunicado del colectivo, se exige premura para el tratamiento y la votación de la ley. De esta manera, la *Campaña* cita (retuitea) el anuncio presidencial y hace propias sus palabras comprometidas con la causa (discurso referido, en el decir de Voloshinov) como una estrategia de comunicación para la incidencia. Ya le había ocurrido en 2018 de contar con el apoyo inicial del Poder Ejecutivo (aunque solo en lo discursivo) y, luego, su abandono (o las presiones del mismo sobre sus legisladores/as de votar en contra). Por esta razón, ahora busca visibilizar la acción política de la presidencia y comprometerla hasta el final, por bregar por un tratamiento ágil, justo y democrático del proyecto.

Si nos detenemos a analizar el discurso del presidente, propiamente dicho, que consiste en un video de 7 minutos, encontramos que su mensaje se dirige tanto a prodestinatarias de la *Campaña*, aquellas mujeres que militan la legalización del aborto -de

ayer y de hoy-, como a contradestinatarias/os a quienes se dirige el Programa de los 1000 días. Como ya mencionamos previamente, la estrategia del Poder Ejecutivo consistió en proponer una solución integral a la problemática que demostrara que se habían escuchado todas las voces y opiniones. En búsqueda de alcanzar la sanción de la ley IVE y, también, de contentar a todos los sectores, se promovió el proyecto de los 1000 días para acompañar a las mujeres y personas gestantes que desearan llevar adelante un embarazo y cuyos impedimentos para hacerlo fueran de índole económico y social. A pesar de ello, el sector opositor a la ley reaccionó fuerte y violentamente al proyecto IVE, al Ejecutivo y, como siempre, a la *Campaña* y la marea verde. Mientras encontramos 1.064 retuits y 3.782 Me gusta, ya en los comentarios y respuestas del posteo de la *Campaña* se presentan 54 expresiones, la mayoría negativas:

Hijo de puta.....preocupate por los jubilados o por la desnutrición infantil.....no por las aborteras de mierda.... #quenosealey #AbortoEsDescarte #SalvemosLasDosVidas.

Que reclamo histórico me hablas, querés abortar pagatelo....con mis impuestos no? Porque no le reclamas al mamarracho del presidente que le aumente el 20% a los jubilados que también se lo prometió...

Si quieren legalizar su mierda entonces háganlo pero yo porque mierda tengo que pagarles la calentura y sus orgasmos, que cada quien saque de su bolsillo para responder por su cogida. Interrupción? Yo interrumpo la serie de Netflix cuando tengo que ir al baño. Eso es una interrupción, una pausa. Te permite seguir luego viendo la serie. No se interrumpe el embarazo, se le pone fin. ASESINOS. Que bueno fuera que sus padres fueran pensado igual que ustedes.

Y el derecho a la vida?. Y el derecho a nacer? Donde quedó?.

También se responde con fotos, *flyers* y convocatorias del sector opositor a salir a las calles a “defender las dos vidas” y, en otros comentarios, se asegura que, como en 2018, el proyecto no trascenderá, ya que el Gobierno Nacional y la ciudadanía está con la Iglesia y en contra de la legalización del aborto. Estos comentarios se multiplican en la publicación original, en la cuenta oficial de Alberto Fernández, aún con más virulencia.

7.1.2 Antesala del debate del proyecto IVE en el Congreso

Respecto del resto de noviembre, consideramos relevante destacar que no se evidencia mucha diferencia entre los mensajes y contenidos publicados en *Twitter* y los expuestos en *Instagram*. Como ya observamos, puede variar el formato, la extensión, el modo de componer los posteos, dadas las particularidades de cada red, pero en general, son muy similares. De esta manera, del 17 al 30 del mes, previo al efectivo debate en comisiones y las respectivas cámaras, encontramos tres núcleos de sentido sobre los cuales la *Campaña* trabaja piezas y mensajes de comunicación. Para ello apela a *Twitter*, principalmente, dado el objetivo central de dicha red de promover debate y discusión en el proceso de construcción del sentido. Por una parte, trabaja el siguiente núcleo de sentido: el aborto clandestino es violencia de género y el estado es su responsable. Para ello se apoya

en la jornada de lucha y visibilización del 25 de noviembre, Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer y la consigna “#NiUnaMenos por abortos clandestinos”. Con estos mensajes batalla en la construcción de sentido y cuestiona la inacción del estado, destacando que el hecho de continuar sin un marco legal que responda a una problemática de salud pública real y concreta, como la del aborto clandestino, ubica al estado en promotor de violencia hacia mujeres y personas gestantes. Podemos afirmar que, por ello, estos posteos se dirigen fundamentalmente a contradestinatarios que buscan sostener el *status quo*, sin brindar ninguna solución o respuesta a la realidad. En esta línea, en *Instagram* realiza tres posteos en el *feed* (muro de la Red), compuestos cada uno por un *flyer* diseñado en tonos verdes y violetas y con rostros de mujeres en militancia activa en las calles, junto con un *copy* que relaciona aborto clandestino con violencia de género y con el estado. La primera placa presenta la fecha a modo de título: “Día Internacional contra las violencias. 25 de noviembre”, el logo de la *Campaña* e imágenes que ilustran a mujeres en las calles reclamando, con carteles que versan: “Mi cuerpo es mío, no más muertes por aborto”; “Violación es tortura” y otras frases afines que se entrecortan o superponen. La segunda placa, correspondiente al segundo posteo en el *feed* de ese día, exhibe la imagen de dos jóvenes en las calles, con sus pañuelos verdes, y la frase “La negación de DERECHOS (en negrita) a las mujeres es también una forma de violencia de género”. La tercera placa continúa la idea, con la frase: “En la que el Estado se erige como victimario, al no garantizar su ejercicio al colectivo de mujeres y diversidades”, acompañado por una fotografía de Susy Shock, actriz, escritora, cantante y docente argentina, quien se autodefine como “artista trans sudaca”, con su pañuelo verde. Los textos que acompañan estos posteos (*copys*), son los mismos que se presentan en *Twitter*. Los tres posteos cuantifican 13.743 me gusta y 32 comentarios (solo 2 negativos y opositores). En tanto que en *Twitter*, la *Campaña* publica 20 tuits en hilo, 5 de ellos contienen placas gráficas (3 corresponden con las de *Instagram*). Junto a la consigna que se constituye en el núcleo de sentido de la acción y la jornada: “#NiUnaMenos por aborto clandestino” (reiterados en todos los tuits), la *Campaña* explicita que, a través de la ilegalidad del aborto, el estado reproduce múltiples formas de violencia sobre mujeres y cuerpos gestantes, ejercidas por distintas instituciones como la justicia, los servicios de salud, los espacios educativos, la policía y agentes penitenciarios/as, los medios de comunicación. Utiliza, entonces, expresiones valorativas que aluden a estas violencias: “discriminación”, “persecución”, “disciplinamiento”, “violación de la privacidad”, “criminalización y prisión”, “coberturas estigmatizantes”, “hechos de tortura”, “allanamientos ilegales”, “interrogatorios forzados”, “cuerpos reproductores, de propiedad masculina”. En este marco, responsabiliza al estado: “Es un problema estructural de derechos humanos. Exigimos la acción del Estado para no seguir perpetrando la discriminación y violencia”; “El derecho a la salud sexual y no

reproductiva es un derecho humano, toda persona tiene derecho a la vida, a la salud y a no sufrir violencia, discriminación ni tortura ni tratos crueles, inhumanos y degradantes”. Y también pone el acento en las estadísticas que implican embarazos no deseados en niñas y adolescentes, así como el elevado número de partos de las mismas, cuando se encuentran mayoritariamente enmarcadas en la normativa de aborto no punible: “En nuestro país, cada día, 7 niñas entran a una sala de parto. La mayoría de estos embarazos son consecuencia de situaciones de abuso sexual y violación”. A lo largo del hilo, los posts obtienen repercusión: 730 retuits y 7445 me gusta en total. En cuanto a las respuestas, se observan 11 comentarios, de los cuales 6 son negativos y pertenecen a usuarios varones, 3 son a favor de la *Campaña* y su consigna y 2 refieren a otros cuestionamientos de la jornada.

Otro de los núcleos de sentido que trabaja la *Campaña* en este periodo consiste en visibilizar el apoyo y la defensa de legisladores y legisladoras agredidos por su posicionamiento declarado públicamente, a favor de la legalización del aborto.

A medida que la posibilidad de efectivizar la legalización del aborto se fue haciendo notoria, tanto en 2018 como en 2020, los grupos opositores al proyecto se fueron fortaleciendo y potenciaron sus estrategias, su presencia en redes, su incidencia en las calles y también la presión sobre diputados/as y senadores/as. En 2018, observamos esta transformación a partir de la sanción inicial en diputados. De hecho, fue un mensaje que se reiteró en las disertaciones de senadores y senadoras durante el debate que, en agosto de ese año, clausuró la posibilidad de legalizar la IVE. En el periodo posterior, durante 2019 y 2020, de la misma manera que la *Campaña* junto a los movimientos de mujeres sostuvieron el reclamo constante de la necesidad de retomar el debate del aborto en el Congreso, el sector opositor no solo se manifestó en contra sino que insistió e intensificó su consigna de #ConMisHijosNoTeMetas. Finalmente, en 2020, a partir del ingreso del proyecto del Ejecutivo al Congreso, cuando se hizo más cercano y factible la posibilidad de aprobar la ley, las modalidades de violencia se recrudecieron, sobre todo en el plano de la comunicación digital, soporte estrella en el contexto de aislamiento y distanciamiento social provocado por la pandemia de Covid19. Observamos en este periodo una multiplicación de los discursos de odio y los ataques verbales a integrantes de la *Campaña*, a personas públicas, a referentes de diversos espacios y, por supuesto, a legisladores/as que fueron expresando su posicionamiento a favor de tratar y de sancionar la ley IVE, a través de plataformas y redes sociales (fortalecido por las características de anonimato y falta de sanciones de las mismas). En este marco, el 30 de noviembre con el *hashtag* #AbortoDebateDemocrático, la *Campaña* publica en *Twitter* 6 posts en hilo, rescatando el valor de la democracia, el debate, la diversidad de opiniones y repudiando la violencia. Destaca que el accionar de los movimientos de mujeres históricamente ha sido pacífico: “Siempre nos hemos manifestado de forma respetuosa de otras opiniones y creencias,

apostando por la discusión democrática en el marco de las instituciones del Estado de derecho #AbortoDebateDemocrático”. Insiste en continuar el camino del diálogo, en la senda democrática:

Reivindicamos la necesidad de un debate respetuoso e instamos a quienes participarán en él, desde la sociedad civil, a limitarse a la participación pacífica y a la expresión de ideas en el marco de un debate exento de toda expresión violenta. #AbortoDebateDemocrático.

Este eje solo se publica en *Twitter* durante dicha jornada, con 274 me gusta, 155 retuits y ninguna respuesta o comentario. Con sus enunciados la *Campaña* se dirige a sus prodestinatarios, legisladores/as que se posicionan a favor del proyecto con una estrategia para la incidencia específica: hacerles sentir apoyados/as por la marea verde, seguros/as de la decisión que han tomado a partir del consenso social alcanzado. Se encarga, además, de expresarles que son reconocidos/as por su compromiso con un momento y un reclamo histórico, y que se ubican en el lugar correcto dentro del ámbito democrático: el del debate y el diálogo, el de escucha de una ciudadanía que exige pacíficamente por sus derechos y que ha buscado, desde siempre, una solución por vías legales e institucionales, nunca por la violencia. Asimismo, estos posteos se dirigen también a sus contradestinatarios, personas que oponiéndose a la IVE, llevan adelante acciones y discursos violentos contra los/as parlamentarios/as. Mediante su mensaje, la *Campaña* asocia a todo el sector opositor a la ley con prácticas violentas, antidemocráticas, autoritarias, que buscan clausurar el diálogo e imponer, por la fuerza, como en los peores momentos de la historia argentina, su opinión, su posicionamiento, sus creencias, al resto de la población. De esta manera, la *Campaña* batalla contra antinomios sostenidos por el discurso hegemónico en la contrucción de sentidos, tales como: se apoya la vida o se apoya el aborto, se presenta una posición legal/constitucional (por tanto, democrática) o una posición a favor del aborto.

También durante el 30 de noviembre, la *Campaña* retoma un núcleo de sentido presente durante el debate de 2018 y en futuras movilizaciones y marchas de los movimientos de mujeres, bajo la consigna #LibresLasQueremos. Hace una publicación en carrusel en *Instagram* con 10 placas explicativas y un hilo en *Twitter* de 9 posteos (que contienen también estas 10 piezas gráficas). Como el primer caso señalado en este apartado, se comparten los textos (*copys*) y placas gráficas en ambas redes, adaptando los mismos a sus formatos de consumo.

La primera placa que se presenta en ambas redes versa: “¡Libertad para las presas! ¡Absolución para las condenadas! Es urgente terminar con la criminalización del aborto”. En *Twitter*, se acompaña de un *copy* que da cuenta de la participación de la *Campaña*, desde noviembre de 2019, de una investigación sobre “criminalización del aborto y de otros eventos obstétricos” junto a otras organizaciones y espacios de investigación como el

CELS, el Centro Universitario San Martín y tres investigadoras: Gloria Orrego-Hoyos, María Lina Carrera y Natalia Saralegui.

Los siguientes posts de *Twitter* explicitan sobre el apoyo recibido por dicha investigación de la “Asociación de Pensamiento Penal y del Comité Nacional para la Prevención de la Tortura” e invita al Congreso a conocer el mapa que ofrece para que “asuma su parte en la historia y legisle, terminando con una criminalización selectiva, discriminatoria y revictimizante. Desde la *Campaña* exigimos ¡libertad para las presas! ¡Absolución para las condenadas! Basta de criminalización del aborto”. Estos mismos enunciados forman parte del texto que acompaña el carrusel de placas en *Instagram*.

El resto de los posts de *Twitter* presentan las placas gráficas explicativas y reiteran su información en el texto de cada tuit. Al respecto, la data señala 73 casos de “criminalización de mujeres por abortos u otros eventos obstétricos” registrados en medios de comunicación entre 2012 y 2020. Destaca, que:

...la mayoría de las mujeres pertenece a sectores sociales vulnerables: no tienen trabajos remunerados, tienen un bajo nivel de instrucción formal y viven en condiciones habitacionales precarias.

Se trata de mujeres que necesitaban la protección del Estado y la garantía de sus derechos. Sin embargo, la política penal que sostiene la persecución de abortos se orientó y orienta hacia las empobrecidas. La mayoría tiene menos de 30 años y muchas tienen una o más hijas.

Reiterando en cada posteo el *hashtag* consigna #LibresLasQueremos, la *Campaña* recuerda el caso ya relatado de Belén y cómo complicaciones de un parto o un aborto espontáneo implican acusaciones penales: “En el 50% de las historias de aborto y en más del 75% de los eventos obstétricos, estuvieron detenidas”. Subraya, asimismo, las anomalías y violencias que se reproducen en dichas situaciones: “La mayoría de ellas fue sometida a investigaciones que no respetaron el debido proceso: denunciadas por personal de salud, en violación de la garantía de confidencialidad y maltratadas durante la internación, lo que supone hechos de tortura”; “Algunas de estas mujeres dijeron haber sufrido una violación y por desconocimiento o temor no accedieron a una interrupción legal del embarazo. Por ellas y por la libertad de todas, decimos #LibresLasQueremos #AbortoLegal2020”. De esta manera, aporta con los datos de esta investigación a uno de los argumentos que viene trabajando la *Campaña* en su comunicación para la incidencia y que observamos en el análisis de 2018: la ilegalidad del aborto promueve la criminalización de las mujeres, sobre todo las pertenecientes a clases vulneradas, incluso cuando sufren situaciones de abortos espontáneos u otros eventos obstétricos que no implican intentos de interrumpir voluntariamente un embarazo. Se enfoca, de esta manera, en la importancia de sancionar esta ley para terminar con la persecución y la violencia que sufren muchas mujeres en el país, de manos de profesionales de la salud, agentes policiales y

penitenciarios, el sistema judicial y los medios de comunicación, con coberturas que vulneran su privacidad y estigmatizan sus acciones, desde el absoluto desconocimiento de la realidad y los hechos acontecidos. Rescata las historias de las apresadas, perseguidas y violentadas para exigirles a los y las legisladores que actúen en consecuencia. Les recuerda que esta lucha no es sólo para evitar más muertes sino también más presas, imputadas, perseguidas y estigmatizadas por el derecho a decidir e, inclusive, solo por ser mujeres y vivir eventos obstétricos complejos. Y se dirige a contradestinatarios, cuestionándoles los argumentos que niegan estos casos, así como los que asegura que el aborto legal, por causales, ya existe en Argentina y no es necesario incorporarle nada más.

Los posts en hilo de *Twitter* no obtienen mucha repercusión: 330 me gusta y 61 retuits. Sin embargo, la misma publicación en formato carrusel de *Instagram* obtiene más reacciones: 1511 me gusta y 11 comentarios, todos en apoyo a la línea de sentido defendida por la *Campaña*.

En cuanto al resto de las publicaciones realizadas por la *Campaña* en este periodo, tanto en *Twitter* como en *Instagram*, encontramos mucha similitud con las analizadas durante 2018: muchas fotografías y videos de actividades y organización feminista en distintos lugares del país, algunos *flyers* convocando a pañuelazos, talleres, actividades virtuales en distintas ciudades y otros con info respecto de las próximas fechas y pasos importantes, también algunas ilustraciones.

En este periodo, puntualmente el 28 de noviembre, la *Campaña* realiza su plenaria y, dado el contexto de aislamiento, su convocatoria es virtual. Difunden la misma con el *hashtag* #EnCampañaHastaQueSeaLey. Mientras en *Twitter* observamos la publicación de cuatro tuits con esta consigna. El primero con una ilustración de Línea Peluda, que da cuenta de la realización de la Plenaria (se postea de igual manera en el *feed* de *Instagram*) y luego tres con videos editados con voces de diversas participantes y textos (*copys*) que las mencionan: @socorristasarg, @docentesaborto, @abortolegaltucuman, @mdpaborto, @RedSaludMza de integrantes. En cambio, en *Instagram* solo se hace una segunda publicación con fotografías en carrusel de capturas de pantalla durante la videollamada de la Plenaria. Observando el formato vertical de los videos subidos a *Twitter*, podemos asumir que durante esa jornada deben haberse publicado como historias en *Instagram*, formato que dura visible solo 24 horas, por lo que no podemos verlos en el presente. De estas publicaciones rescatamos la consigna que busca dar cuenta acerca de cómo la *Campaña* sostiene su carácter federal y su organización, a pesar de la negativa a la ley en 2018 y del contexto de aislamiento social. Asimismo, la potencia del *hashtag* reside en reforzar que el colectivo seguirá incidiendo y presionando por el derecho a decidir, hasta que finalmente sea ley en la Argentina. De esta manera, si bien se dirige en complicidad a sus prodestinatarios/as, especialmente a quienes integran la *Campaña* en todo el país, también

observamos cómo disputa sentido con sus contradestinatarios/as, al visibilizar su organización y su acción política constante, adaptada a las condiciones y coyuntura de cada periodo histórico.

Finalmente, para cerrar este periodo de análisis, destacamos un video que se publica en ambas redes el 30 de noviembre a modo de síntesis de todo lo ocurrido desde la negativa de Senadores en 2018, a este nuevo comienzo del debate en comisiones de Diputados, el 1 de diciembre de 2020. Se trata de una síntesis muy ilustrativa de las acciones y la potencia de la marea verde. Busca no solo recordar el trayecto recorrido sino reivindicar la lucha, los esfuerzos, la sororidad y la perseverancia del movimiento, a pesar de algunos malos resultados.

El emotivo video se presenta en ambas redes con el siguiente *copy*:

¡Siempre con los pañuelos en alto! Mañana comenzará el tratamiento de la Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo en el Congreso y por eso repasamos cómo llegamos hasta acá. Por el reconocimiento de nuestro derecho. El aborto voluntario ¡Va a ser Ley! #AbortoLegal2020.

Con una extensión de casi dos minutos, el material audiovisual se publica en dos fragmentos, en formato carrusel, en *Instagram*, y en una sola pieza, en *Twitter*. Comienza con una placa verde que versa: “Previamente: Capítulo anterior de la Campaña por el Derecho al Aborto” y, con imágenes de 2005, recuerda la génesis de la *Campaña* brevemente. Luego, con el efecto sonoro de adelantar una cinta, llega a marzo de 2018 y la presentación del séptimo proyecto de ley de la *Campaña* en el Congreso nacional. Construye el relato con una voz en off y material audiovisual de los hechos ocurridos, con una marea verde que festeja, se moviliza, se encuentra, se abraza, ocupa el espacio público y digital. Mujeres y personas de todas las edades en las calles, actividades y acciones en apoyo a la *Campaña* en distintos ámbitos: escuelas, espacios laborales, la cancha, los medios de comunicación; también en distintos lugares del mundo. La voz señala: “la Campaña presentó por séptima vez su proyecto y esta vez la ola verde fue imparable, im-pa-ra-ble!”; “Estamos en cada rincón del país. Copamos el mundo entero”. El relato continúa brindando datos concretos de las jornadas de debate y tratamiento vividas en 2018: cantidad de martes y jueves verdes en Diputados y Senadores; cantidad de exposiciones en comisiones de ambas cámaras; largas horas de debate en el Congreso con “momentos épicos y otros de ciencia ficción”, manifiesta la voz en off, mientras cita a la diputada Estela Regidor que compara un embarazo no deseado de una mujer con el embarazo de “nuestras perritas en casa”. Y con imágenes de las inmediaciones del Congreso abarrotadas de personas, señala: “millones haciendo historia”. El video sigue con imágenes del festejo por la media sanción, la preparación y las calles llenas en la vigilia de agosto de 2018, para cerrar con la voz en off diciendo: “al final no se nos dio, pero no por eso bajamos los pañuelos”. A continuación recuerda la presentación del octavo proyecto de

la *Campaña* en el Congreso, el 22 de mayo de 2019: “porque ya sabemos cómo nos ponemos cuando nos ningunean un derecho”. Alude al complejo contexto mundial por el Covid19: “Y aunque se nos vino la pandemia, seguimos luchando”, y al presente que se viene, mientras las imágenes exhiben muchas mujeres con sus pañuelos verdes, banderas verdes, barbijos verdes, en encuentros virtuales y en acciones callejeras: “Esta ola es tan grande, que volvemos a instalar el debate que nunca se fue: que el aborto sea legal”.

Este mensaje producido por la *Campaña* con su material de archivo reivindica la genealogía de mujeres y luchadoras por el derecho a decidir. Se construye como un discurso doblemente destinado, ya que homenajea a las pioneras y a las que ya no están, por consecuencia del aborto clandestino; y también abraza a la marea verde del presente, que ocupa espacios, que no abandonó el tema, ni los pañuelos ni el reclamo desde agosto de 2018. Se trata de un fuerte recurso de comunicación para la incidencia ya que pone en valor el movimiento y cada uno de sus pasos. Rescata consignas, acciones y proyectos, evidenciando cómo pasaron de pertenecer a un pequeño número de militantes a ser defendidos por una enorme marea verde. Se detiene en recalcar este crecimiento y su constancia, su férrea decisión de no “bajar los pañuelos” hasta que el derecho reclamado sea ley, aún en contextos complejos, como ante la negativa de 2018 y la pandemia de 2020. Frente a esto, podemos afirmar que el material audiovisual y su publicación en redes se dirige a las prodestinatarias/os de la *Campaña*, de quienes obtienen alta repercusión e interacción. Más de 5 mil reproducciones en *Twitter*, 157 retuits y 300 me gusta; casi 9 mil me gusta en *Instagram* y más de 90 comentarios, todos positivos, de apoyo (con emojis de corazones verde, fuegos y puñitos en lucha) y manifestando la emoción generada por el video y la expresión #QueSeaLey! Sin embargo, con estos posteos la *Campaña* también se dirige a sus paradestinatarios/as, especialmente legisladores/as que no han adelantado su voto o se han expresado en duda. busca convencerles de la relevancia y la urgencia de escuchar y responder a este reclamo, en este momento histórico. Y frente a sus contradestinatarios, disputa sentidos, recordando que el consenso social es un hecho, que la despenalización social del aborto se alcanzó en 2018 y es un enorme desacierto sostener el *status quo* e ignorar el derecho negado a la mitad de la población argentina. Ante el sector opositor a la ley, batalla insistiendo en que la marea verde no olvida su lucha y no cesará de exigir su derecho hasta que el estado responda por él.

7.2 Diciembre de 2020: Debate y sanción

En una tarea de comparación con la comunicación para la incidencia llevada adelante por la *Campaña* en 2018 en sus redes sociales, podemos advertir muchas semejanzas. Por una parte, los *hashtags* impulsados a modo de consigna, que van variando a lo largo de los días: #AbortoLegalEsVida, #AbortoLegalEsSalud el 1 y 2 de diciembre,

mientras se desarrollan las exposiciones en comisiones de Diputados. Ambos núcleos de sentido son enfocados en reforzar la idea del aborto como protección de la vida de las mujeres y personas gestantes, cortando con la vinculación negativa de aborto/muerte y quitándole a los sectores que se oponen a la IVE la exclusividad de la “defensa de la vida”. Desde el 9 de diciembre, e incluido el 10 y 11, durante el tratamiento en la cámara de Diputados, se insiste con el *hashtag* #AbortoLegal2020, acompañado en algunos posteos de #QueSeaLey. A partir de las primeras publicaciones que dan cuenta de la sanción inicial, el mismo 11 de diciembre, todos los tuits, *flyers*, convocatorias y posteos posteriores giran en torno a la consigna #EsAhoraSenado. Específicamente, el 29 y 30, la *Campaña* consigna en casi la totalidad de sus publicaciones, ambos *hashtags*: #AbortoLegal2020 y #EsAhoraSenado. En concordancia con toda la estrategia comunicacional desplegada por la *Campaña* en este corto periodo de análisis que implica el total e intenso abordaje, debate y tratamiento del proyecto IVE en Argentina durante 2020, el uso de estas consignas potencian su histórico mensaje y objetivo central: el aborto legal es una política pública urgente, exigida por la mayoría de la población argentina y no puede perderse más tiempo en convertirse en ley. Los umbrales de decibilidad, que al comienzo de la democracia bloqueaban la mención del aborto en el discurso público, no solamente se corrieron sino que ahora, además de mencionar la problemática, se le inviste su carácter de derecho y se lo exige con premura. Asimismo, el *hashtag* #EsAhoraSenado destaca un público destinatario específico, actor protagónico de esta instancia y quien negó su concreción en 2018: el Senado de la Nación. De la misma manera que la *Campaña* trabaja con los *hashtags* en este periodo de observación, también utiliza otros formatos y modalidades similares a 2018. Entre ellos, presenta numerosos posteos con *flyers* de convocatorias a movilizaciones, pañuelazos, plazas, tuitazos, encuentros, charlas y talleres en distintas ciudades del país, así como para seguir el debate por los canales públicos o cuentas de *Youtube* de Diputados y el Senado o sumarse a las consignas y/o *hashtags* de cada jornada; fotos y videos de cobertura de las vigiliadas y las actividades realizadas durante el mes de tratamiento del proyecto en comisiones y en el Congreso; ilustraciones de artistas visuales apoyando consignas o dichos de diversos/as expositores/as y personalidades públicas; microvideos producidos por la *Campaña* con información síntesis de lo ocurrido durante las jornadas de comisiones en Diputados y Senado, entre los principales. Si bien este tipo de publicaciones se observan en 2018, en 2020 las mismas se presentan muy organizadas, multiplicadas en cantidad y mucho más federales. Se comprende una mayor organización y efectividad en la estrategia comunicacional de incidencia que busca evidenciar el consenso y apoyo nacional, la presencia de la marea verde en todo el país.

Durante todo el periodo, la *Campaña* y los movimientos de mujeres se posicionan ante el mundo como una voz enunciativa potente, masiva, intergeneracional, con redes y nexos federales e internacionales, con argumentos sólidos, provenientes de distintos ámbitos, clases sociales, sectores geográficos y profesiones. El mensaje, que trasciende las fronteras presenciales y sincrónicas, mediante la comunicación virtual y los años de tejer redes, hace foco en que la coyuntura sociopolítica, así como el contexto sanitario, indican que es el momento oportuno para sancionar la ley y ponerla en acción.

El mundo nos está mirando. Serán días decisivos para demostrar que la fuerza organizada nos hará avanzar en derechos y profundizar la democracia. ¡Es ahora, Compas! Es urgente, #AbortoLegal2020.

#MardelPlata En la Jornada Federal del 4D volvimos a gritar por el #AbortoLegal2020 #EsUrgente. Salimos para que salga. En las calles, revueltas y hermanadas para #QueSeaLey El Congreso puede saldar esta deuda de la democracia y salvar vidas. #AbortoLegalEsVida (5 de diciembre).

Pañuelazo villerx y popular en Villa 31, Bajo Flores, Villa Oculta y Soldati. Las asambleas y redes feministas de los barrios y villas de CABA exigen #QueSeaLey. #AbortoLegal2020 (4 de diciembre).

Hay dictamen en @DiputadosAR. 77 a favor, 30 negativos, 4 abstenciones. Para toda la Argentina ¡Qué el Aborto sea Legal! ¡Tenés que estar! #AbortoLegal2020 (9 de diciembre).

No obstante, encontramos también diferencias en las cuales nos detenemos. En primer lugar, se presentan algunas publicaciones que, como ya detallamos, se dirigen a explicar, informar, ampliar, especificar datos valiosos y necesarios. Este tipo de intervenciones y publicaciones de tipo didácticas se presentan mucho más en *Twitter*, acompañando o desarticulando los argumentos presentados en algunas jornadas en comisiones, o ante algún hecho o comentario de coyuntura en los espacios de debate público de esos días (en los medios de comunicación o espacios/personalidades políticas). Señalamos, a modo de ejemplos, solo algunos casos presentes en ambas redes (*Twitter* e *Instagram*). Uno sencillo, y que responde a la particularidad de este proceso de debate, en contexto de aislamiento por Covid19, es el posteo de una serie de *flyers* publicados el 3 de diciembre que concientiza sobre la importancia de cumplir con las medidas de prevención y cuidado: “El derecho al aborto es una cuestión de salud pública, cuidarnos también”, detalla. Seguido de placas gráficas que especifican medidas concretas como el uso de tapabocas, alcohol en gel, distanciamiento, entre otras. En la misma línea, el mismo día se publica otra serie de posteos con recomendaciones de qué elementos tener a mano al momento de movilizarse a los lugares de encuentro y vigilia (DNI, celular con batería, gorra/pañuelo para la cabeza, agua fresca), así como a los modos de actuar o no hacerlo (no responder a provocaciones, moverse siempre en grupo, actuación ante la policía o una detención, etc), y los espacios donde acudir (abogados, defensoría del pueblo, Correpi, etc). Estas publicaciones se reiteran (se republican), el 8 y 9 de diciembre en ambas cuentas. Otro ejemplo de estas publicaciones destinadas a informar y explicar aspectos importantes, es el

posteo del 6 de diciembre que compara las diferencias entre el proyecto presentado por el Poder Ejecutivo y el de la *Campaña*. Finalmente, otro responde a los *flyers* que se comparten el 22 de diciembre y presentan datos del proceso de legalización del aborto en Uruguay, con estadísticas de casos previos y posteriores a la sanción de dicha ley en 2012. Dicha publicación da cuenta de los buenos resultados obtenidos en este país a partir de la legalización. Utiliza, para ello, datos y valoraciones de las mismas, encaminadas claramente a convencer a paradesinatarios y alcanzar la definitiva sanción de la ley IVE Argentina. De esta manera, expresa en las distintas gráficas que presentan el *hashtag* #Abortolegal2020 y el logo de la *Campaña*:

Entre 2013 y 2019 se realizaron un promedio de 9.315 abortos por año, con una ligera estabilización de la curva de abortos en los últimos 4 años.

En 2019 esta tendencia comenzó a bajar, fruto de las políticas de salud sexual y reproductiva, de anticoncepción universal y de los servicios de IVE.

La Facultad de Ciencias Sociales de Uruguay demostró que desde que se sancionó la ley, el embarazo no planeado disminuyó en un 8%.

Esto demuestra que las políticas integrales en derechos sexuales reproductivos y no reproductivos, provocan impacto positivo en la calidad de vida de mujeres y personas con capacidad de gestar.

En segundo lugar, observamos durante este periodo de análisis mayor cantidad de publicaciones de videos y materiales audiovisuales producidos por la *Campaña* o por personas, organizaciones o espacios afines a la sanción de la ley, presentando apoyo, argumentos, datos. Destacamos como ejemplo la estrategia desplegada el 9 de diciembre, jornada previa al debate en Diputados, cuando se detallan en distintos tuits, datos enfocados en la cantidad de “niñas madres” en distintas provincias de la Argentina, agregando que, además, las mismas no adhieren al protocolo ILE del ministerio de Salud de la Nación. Dichos posteos se acompañan de fotografías de niñas habitando la marea verde en las calles:

En Santiago del Estero 87 niñas fueron madres. Esta provincia es una de las cinco que aún no adhirió al protocolo ILE de @MSalNacion, ni cuenta con normativa provincial. #AbortoLegal2020.

En Tucuman 94 niñas fueron madres. Esta provincia aún no ha adherido a la Ley de Salud Sexual y Reproductiva, ni a la Ley de Educación Sexual Integral. Tampoco adhirió al protocolo ILE de @MSalNacion, ni cuenta con normativa provincial. #AbortoLegal2020.

En San Luis 13 niñas fueron madres. Se requiere que sea garantizado el acceso a las y los adolescentes disposición y acceso a la información en derechos sexuales y reproductivos. #AbortoLegal2020

En Salta 185 niñas fueron madres. A pesar que, se le exige la profundización de la Educación Sexual Integral, este objetivo está lejos de ser cumplido en las provincias del país. #AbortoLegal2020

En San Juan 36 niñas fueron madres. Esta provincia es una de las cinco que aún no adhirió al protocolo ILE de @msalnacion , ni cuenta con normativa provincial. #AbortoLegal2020.

De la misma manera, y durante la misma jornada (9 de diciembre), se presentan otros tuits con argumentos a favor de la legalización, acompañados también de fotografías

de mujeres individuales, de distintas edades, militando en las calles (a modo de portavoz de cada expresión/argumento) tales como:

Exigimos que en el sector privado y de seguridad social los servicios de salud sean adecuados a los derechos de todas y todes, que haya igualdad de condiciones para quienes utilizan este sistema. Hablamos de una cuestión de salud pública y justicia social. #AbortoLegal2020

Penar la interrupción voluntaria del embarazo implica que la mujer o persona gestante no es sujeto de derechos. El derecho a la vida de una mujer supone el derecho a no morir por la interrupción de un embarazo. #AbortoLegal2020

#AbortoLegal2020. Esperamos que el dictamen tenga una redacción contundente para que no haya dilaciones ni obstaculizaciones, ni que sea cuestionado ningún derecho, con la inmediatez que se requiere acceder a un aborto legal, seguro y gratuito.

Finalmente, también se publican comunicados de la *Campaña* en ambas redes. Estos no estuvieron presentes en las redes en 2018. Analizaremos una selección de ellos y, luego, material audiovisual.

7.2.1 Comunicados

Seleccionamos, para explicitar el aporte de la publicación de comunicados y/o declaraciones formales de la *Campaña* en las redes sociales durante este periodo, tres de los seis publicados durante el último mes de 2020: el primero corresponde al posteo el 7 de diciembre, donde se realiza la convocatoria para sumarse a la Vigilia ante el debate en la Cámara de Diputados, el 10 y 11 de diciembre. El segundo de ellos, se publica el 26 de diciembre y presenta un mensaje hacia senadores y senadoras y el momento histórico a enfrentar (por segunda vez en dos años). Finalmente, extendemos el periodo de análisis al 31 de diciembre, para analizar el último mensaje formal de la *Campaña*, tras alcanzar el eje que guió su comunicación para la incidencia de toda su historia: la sanción de la Ley IVE.

El primero de los comunicados se publica tanto en *Twitter* como en *Instagram* el 7 de diciembre, en un solo posteo de tres imágenes del texto original. En *Twitter*, ante la limitación de caracteres impuestas por la red, presenta un *copy* breve: “Con la alegría como bandera, vigilia en el Congreso y en las plazas del país. Vení a ver el debate con la @CampAbortoLegal. Toda la info para el 10 de dic. Sumate a ser parte de la historia. #AbortoLegal2020”. En el caso de *Instagram* (donde se publican las imágenes en carrusel), el *copy* es un poco más extenso, agregando detalles de la convocatoria, como hora de comienzo y extensión, actividades que se desarrollarán durante las mismas, escenarios dispuestos en la zona y puestos de hidratación, reparto de tapabocas y alcohol, Cruz Roja y rescatistas populares (los cuales se detallan en la tercera imagen posteada, que presenta un mapa de las zonas aledañas al Congreso, donde se desarrolla la vigilia). Entre las expresiones a destacar presentes en este comunicado, podemos mencionar la que se presenta a modo de título y eslogan de la jornada: “¡Con la alegría como bandera!”, junto con el *hashtag* #AbortoLegal2020. Así como el cierre del comunicado que recupera los

objetivos del mensaje: “Sumate a hacer historia con la alegría como bandera!”, “#AbortoLegal2020. La revolución que necesitamos”. Y tras agregar un *link* con más información (que dirige al sitio web en vigencia en ese momento), culmina con las consignas históricas de la *Campaña*: “Educación sexual para decidir. Anticonceptivos para no abortar. Aborto legal para no morir”.

El cuerpo del texto es breve y se dirige a introducir un amplio listado de 25 puntos de encuentro y vigilia dispuestos en todo el país (en la segunda imagen) y el mapa con referencias y datos fundamentales para vivir la vigilia del 10 de diciembre en la zona del Congreso de la Nación. De esta manera, la *Campaña* explica cómo se llevará adelante esta primera instancia de debate e invita a su vigilia, tanto en las inmediaciones del Congreso (donde detalla dónde se ubicará el escenario central y con qué contarán las asistentes a la larga jornada de debate), como en el resto del país. Especifica, además, cómo y dónde se atenderá a la prensa nacional e internacional: “se instalará un corredor verde entre el escenario y el sector de carpas de la *Campaña*”, y los horarios de las conferencias de prensa estipulados “A las 21 hs del jueves 10 y una hora después de la votación, el viernes 11 de diciembre, ambas sobre el escenario”.

La publicación, que en este caso se presenta primordialmente de carácter informativo, se dirige fundamentalmente a prodestinatarios y a la prensa interesada en cubrir la jornada. Su publicación en redes sociales implica la siguiente respuesta. En el caso de *Twitter*: 69 retuits, 20 tuits citados, 309 me gusta y 4 comentarios, 3 negativos u opositores. En tanto que en *Instagram*: 2.170 me gusta y 22 comentarios, que en su gran mayoría brindan apoyo o consultan puntos de encuentro u horarios, en diversas ciudades.

Por otra parte, y ya obtenida la sanción inicial en Diputados, la *Campaña* comparte su declaración el 26 de diciembre. Se trata de un posteo que presenta la imagen de la misma y el siguiente texto en ambas redes sociales: “Senadores y senadoras, ¡sean parte de la historia! Declaración de la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito ante una nueva oportunidad histórica. #EsAhoraSenado, ¡es urgente! #AbortoLegal2020. Leé la declaración en <https://bit.ly/38Ax5vL>”. En este caso, el mensaje se dirige directamente a los senadores y senadoras que tendrán que votar en el recinto el 29 de diciembre, desde el *copy* señalado y el título de la declaración: “Senadores y senadoras, ¡sean parte de la historia! Es ahora, #AbortoLegal2020”. Y por extensión, también se dirige a los sectores que aún no toman posicionamiento al respecto (paradestinatarios), como a los que se oponen, con quienes disputa sentido en esta instancia final de definiciones. En la declaración, la *Campaña* realiza un reconocimiento a la larga historia de lucha por la despenalización y legalización del aborto en Argentina, destacando los 15 años de existencia de la *Campaña*, así como su amplia, federal y transversal constitución: “Más de 700 organizaciones políticas, sociales, feministas, de

mujeres, LGBTTTIQ+, sindicales, académicas, estudiantiles”. Esta declaración, que la *Campaña* invita a leer también en su sitio web, refuerza argumentos y datos estadísticos repetidos durante 2018 y 2020:

Hoy cada 3 horas en nuestro país una niña entre 10 y 14 años es obligada a gestar y a parir. Desde el regreso de la democracia, en Argentina hubo 3200 muertes por abortos realizados en condiciones insalubres. Todas esas muertes podrían haberse evitado.

Y destaca la consigna que alude a la urgencia y al momento oportuno, tras largos debates públicos:

Argentina asiste hoy a un debate histórico.
Cuál será la respuesta del Estado argentino a aquellas personas cuyas circunstancias de vida las llevan a decidir la interrupción de un embarazo.
Podemos dar un salto cualitativo en esa respuesta.
Este momento es bisagra: está en sus manos la posibilidad de cambiar la historia”.
La ley IVE no obliga a nadie: la falta de regulación de esta situación obliga a caer en la enfermedad, en la cárcel o en la muerte.

La declaración insiste, también, en que socialmente se ha obtenido el consenso necesario:

Este es un reclamo sostenido desde hace años de manera transversal, interpelando a todos los sectores de la política, la cultura y la sociedad. Su concreción será la conquista de este movimiento que supo construir consensos a través de la práctica democrática, colectiva plural e intersectorial como fundamento político.

Finalmente, exige el compromiso de los/as actores protagonistas de esta instancia definitoria. Muchos/as de los/as cuales votan por segunda vez, en dos años, un proyecto que, con sus diferencias, busca legalizar la interrupción voluntaria del embarazo. Y para ello, condensa y reivindica los argumentos que ha sostenido durante ambos debates (2018 y 2020):

Este 29 de diciembre tenemos la oportunidad como sociedad de avanzar hacia la ampliación de derechos. Senadores y senadoras sean parte de la historia y salden esta deuda de la democracia. Necesitamos esta ley para resolver un problema de salud pública, de justicia social y de derechos humanos.

De la misma manera que en la convocatoria a la vigilia de la votación en Diputados, invita a la ciudadanía y la prensa, a participar de una nueva jornada histórica, el 29 y 30 de diciembre, en los distintos actos y espacios de encuentro de todo el país. Finalmente, culmina como todos sus comunicados y declaraciones, con su consigna histórica:

Educación sexual para decidir.
Anticonceptivos para no abortar.
Aborto Legal para no morir.

La interacción de dicha publicación en *Twitter* presenta los siguientes datos numéricos: 107 retuits, 30 tuits citados, 354 me gusta y 4 comentarios. 3 de ellos en apoyo a la ley y la *Campaña* y, el último, con numerosos *hashtags* de apoyo al sector opositor

(tales como #ProVida, #sialas2vidas, #SenadoresVotenVida, #AbortoNoEsJusticiaSocial, #GobiernoDeInutiles, #GobiernoDeCientificos, #GobiernoDeLaMuerte, #LideresDeLaMuerte) la imagen de un supuesto feto abortado.

En el caso de *Instagram*, los datos son los siguientes: 2490 me gusta y 18 comentarios, nuevamente señalando el apoyo y/o consultando el horario aproximado de votación.

Por último, nos enfocamos en el comunicado final difundido por la *Campaña* en 2020, el 31 de diciembre, y el más significativo, ya que da cuenta de la obtención de su gran objetivo de incidencia: la sanción definitiva de la ley de interrupción voluntaria del embarazo.

Si bien su público objetivo es principalmente el prodestinatario, consideramos que en este mensaje, síntesis de todo el accionar de incidencia política llevada adelante por la *Campaña*, se extiende a toda la sociedad que supo darle lugar al debate, a escuchar los diversos argumentos y datos, comprendiendo poco a poco la importancia de hablar de la problemática y, finalmente, proponiendo el consenso necesario para su abordaje en el Congreso de la Nación. A diferencia de los precedentes, no apela a la imagen del documento, sino a la/s fotografía/s del festejo. En el caso de *Twitter*, solo publica la foto de una mujer joven, vestida de verde, saltando eufórica ante el triunfo de la votación en el Senado (no se ve su rostro, inclinado hacia atrás en el salto, pero toda la disposición corporal da cuenta de la celebración). En *Instagram*, se postea un carrusel de 10 fotografías, de distintas mujeres abrazadas, llorando, riendo, emocionadas ante el resultado, comenzando por la ya descrita. En ambas redes, el texto del comunicado se presenta en el *copy* y, su contenido sintetiza el mensaje, las consignas, los argumentos y los objetivos y estrategias de la comunicación para la incidencia de la *Campaña* de ambos períodos analizados (2018 y 2020). Comienza celebrando el logro largamente militado y finalmente conseguido: “¡Lo conquistamos! El aborto es un derecho. ¡Y desde hoy también es ley!”. Y luego recupera las fortalezas de este colectivo: “Estamos viviendo el momento histórico en que esta lucha se convierte en Ley. Pero todos nuestros días de Campaña fueron históricos: muchas generaciones, de todo el país, transitaron este camino”. Advierte que los tiempos de las decisiones políticas no fueron justos, pero aún así, la organización y acción activista nunca se detuvieron:

Quisiéramos haber pronunciado estas palabras antes: vidas de personas con posibilidad de abortar se hubieran salvado. La Ley de IVE viene a resolver una injusticia: la de los embarazos forzados, las niñas obligadas a parir, la imposibilidad de decidir sobre nuestros cuerpos.

Ahí donde había una injusticia hubo organización feminista. Decidimos juntarnos para luchar y en 2005 conformar esta Campaña. La insistencia de años conquistó esta Ley. Podremos finalmente decidir. Decidir, que es el primer paso para ejercer nuestra autonomía. Para ser soberanas.

La *Campaña* también se dedica en este mensaje a reivindicar el derecho al deseo, al placer, a decidir un proyecto de vida, sin la persecución ni la violencia del estado:

Logramos torcer el brazo de una historia que nos impuso la maternidad como mandato. Esta Ley es el reconocimiento de que hay otras decisiones, realidades y deseos. Y que ninguna va a morir ni va a ser juzgada o encarcelada por no querer un embarazo. Estamos viviendo la conquista de un derecho.

Mientras enfatiza la potencia de la marea verde y de los movimientos de mujeres que apoyaron y sostuvieron la visibilización y la urgencia de hacer efectivo este reclamo, como pionero: “Este avance de los feminismos de nuestro país resuena en el mundo como un augurio de libertad y de emancipación”, también homenajea a Madres y Abuelas de Plaza de Mayo, apelando al recurso del discurso referido/ajeno, con una de sus frases célebres: “Reafirmamos que la única lucha que se pierde es la que se abandona”.

El mensaje continúa recuperando los argumentos con los que la *Campaña* defendió la urgencia de legalizar el aborto: “La pelea que dimos es por la vida, por la dignidad humana, por la salud, por la justicia social y por los derechos humanos”. Y hace énfasis en la organización colectiva, amplia, federal y horizontal de la *Campaña*: “Y movilizamos esta lucha con nuestros proyectos de ley y en las calles, generamos redes y alojamos millones de manos que trabajaron y que levantaron los pañuelos verdes como la reivindicación de una conquista”. No olvida, además, revalorizar las figuras fundadoras, las pioneras de la militancia por el derecho a decidir: “En nuestra memoria viven compañeras como Dora Coledesky, a quien recordamos juntando firmas por el derecho al aborto en la esquina del Congreso y diciendo que otro futuro no solo era posible sino necesario”. Con esta mención también se destaca otra gran fortaleza del movimiento, su transgeneracionalidad:

En estos años, fuimos millones quienes transitamos la plaza del Congreso y todas las plazas del país. Y que abrazamos esta causa por nuestras madres, hijas, por las que murieron o sufrieron lesiones como consecuencia de una desigualdad que, de una vez por todas, dejamos atrás.

De esta manera, dirige este decir, como un signo doblemente destinado, a toda la genealogía de mujeres y disidencias militantes de esta ley, a lo largo de la historia (la marea verde del presente y a las que ya no están). Finalmente, el comunicado llega al final ponderando la militancia de los movimientos de mujeres y, puntualmente, las acciones políticas y la comunicación para la incidencia de la *Campaña*:

No conocemos otra forma de conseguir lo que queremos que no sea la lucha organizada y compartida. Y ahí estaremos, en cada rincón del país, haciendo de la Ley que acabamos de conquistar una realidad donde ya no haya lugar para la discriminación y el disciplinamiento.

Lo dijimos miles de veces y lo repetiremos miles de veces más: ¡Educación sexual para decidir, anticonceptivos para no abortar y aborto legal para no morir!. ¡El aborto es un derecho y es Ley! ¡Gracias compañeras y compañeros!

Todo este mensaje es compartido en *Twitter* bajo la modalidad de hilo, compuesto en este caso de 10 tuits. En el último de ellos se suman 4 fotografías de las publicadas en *Instagram*. Como repercusión, en sumatoria, el contenido de este comunicado obtiene 511 retuits, 151 tuits citados, 12.210 me gusta y 25 comentarios, de los cuales 11 son a favor y el resto en oposición y ataque a la sanción obtenida. En tanto, en *Instagram*, dado que la extensión del mensaje excede el límite de caracteres posibilitado para el *copy* en esta red, se continúa con el primer comentario. La interacción ante este posteo indica, al momento de observación: 54.950 me gusta y 322 comentarios, todos favorables a la sanción y de agradecimiento a la lucha organizada y sostenida de la *Campaña*: “Gracias compañeras... me quedará por siempre lo vivido esta noche en mi corazón. Decime que no sirve luchar”, “Gracias eternas por esta lucha incansable compañeras. Por millones de años llenos de libertad”, “Lo logramos. No puedo mirar las fotos sin llorar de emoción!!! Les amo. Vamos por mucho más juntas”, “Sigo emocionada por todo lo que pasó estando ahí, hicieron este fin de año algo eterno, histórico. Gracias por tantos años de lucha, este día va a ser conocido por todas las generaciones que nos sigan #EILey”, #Gracias a la Campaña por alojar, abrigar y dar calor a los deseos de tantas. Sin ustedes no lo hubiéramos logrado. Disfruten del gigantesco paso. Es Ley!!!”, entre miles, cargados también de emojis de fuego, corazones verdes, puños en alto y aplausos.

7.2.2 Contenido audiovisual

Otra de las diferencias significativas que observamos entre la comunicación para la incidencia de la *Campaña* de 2018 con la de este periodo, consiste en la publicación de contenido audiovisual producido y editado por el colectivo, con mucho material de archivo. Entre los videos que se publican en ambas redes durante el periodo de análisis encontramos algunos que dan cuenta de actividades, convocatorias y acciones llevadas adelante en distintos puntos del país, así como en los alrededores del Congreso, durante las jornadas en comisiones y el debate final en las cámaras. En este caso, el objetivo de la *Campaña* es ilustrar la cantidad de personas que se hace presente, la marea verde enorme, inundando todo el país: el consenso y apoyo a la legalización, federalmente. Siguiendo la modalidad ya utilizada en 2018, la *Campaña* produce y edita material de tipo periodístico, citando fragmentos de exposiciones durante el debate en comisiones y del resultado de los dictámenes de Diputados y Senadores. En esta ocasión denomina a estos materiales “Aborto 2020. Las noticias”. Durante este mes, publica siete de estos recursos.

También como en 2018, la *Campaña* genera pequeños y emotivos videos convocando a participar de las históricas vigiliadas del debate en Diputados, el 10 de diciembre, (tres videos) y en Senado, el 29 de diciembre (un video). A su vez, publica dos videos diferentes con la reacción de la multitud en las calles, ante el resultado de la sanción

inicial, el 11 de diciembre, y material audiovisual que exhibe múltiples acciones y miles de personas presentes en las vigilias de todo el país durante las jornadas de votación en Diputados y Senado (que se comparten en las mismas jornadas de debate históricas). Asimismo, comparte, el 10 y el 29 de diciembre, videos con fragmentos de las respectivas conferencias de prensa organizadas por la *Campaña* mientras se debate en el Congreso el proyecto.

Como videos a destacar en este periodo, que no formaron parte de la comunicación para la incidencia de la *Campaña* durante 2018, encontramos, por una parte, fragmentos de los dichos de cuatro diputadas durante la definición del dictamen en comisiones, el 4 de diciembre. Se trata de los argumentos de Silvia Lospennato (Frente Pro), Cecilia Moreau (Bloque Frente de Todos), Brenda Austin (Bloque UCR) y Mónica Macha (Frente de Todos). También aparecen videos, saludos y material de apoyo de compañeras de distintos lugares del mundo, a favor de la legalización del aborto y de la lucha de la *Campaña*. Del 21 al 26 de diciembre se publican 18 videos breves con saludos de personas (individuales y colectivos) de distintos países y en diferentes idiomas. Finalmente, se presentan algunos videos destinados a demostrar la fuerza del movimiento de mujeres, la potencia y la cuantía de la marea verde. Podría considerarse como el primero de este periodo el señalado previamente, como cierre de noviembre, y publicado como síntesis de lo ocurrido desde 2018 a 2020.

Continuamos con el video publicado el 10 de diciembre, ante el debate en la cámara de Diputados, en ambas redes, acompañado del siguiente texto: “En esta lucha estamos todes. Por eso, a la expectativa la calmamos palpitando en vigilia feminista. Súmate a hacer historia. #AbortoLegal2020”. El material tiene una duración de 1.17 minutos y lo guía un discurso recitado por una voz de mujer, de manera pausada y entonada. El mismo manifiesta:

En esta lucha estamos todas, y así nos van a encontrar. Esperamos mucho, otra vez, este momento. Otra vez el glitter. Otra vez la espera. Otra vez la expectativa que calmamos con nuestra mística. Otra vez nuestro grito, el que retumba en cada banca. Y vaya que las hacemos temblar!. Otra vez ese pañuelo verde, nuestro pañuelo, el pañuelo que no se rinde, el insurgente, el irreverente, el valiente. El pañuelo deseante, el que guarda las historias más épicas, que no nos cansamos de evocar una. Y otra vez del frío hicimos hoguera. De la lluvia, una marea. Esta vez sabremos abrazarnos con la mirada. Encontrar en la distancia las formas más contundentes. Si el silencio no pudo callar nunca nuestras voces, imaginen que un tapabocas no nos va a restar. Llegó la hora llegó la hora que millones y millones esperamos. La alegría es nuestra y ahí es donde la historia mejor se sabe contar.

Acompañan a estas palabras múltiples imágenes de mujeres de distintas edades y contexturas, bailando, agitando pañuelos, mirando desafiantes a la cámara, sonriendo, maquillándose con glitter, abrazándose, saltando, llegando en autos, colgando banderas verdes desde sus ventanas, marchando, cantando con megáfonos. Imágenes de marea

saltando alrededor del Congreso, de pañuelazos, de diversas performances callejeras, de legisladores/as en las Cámaras sesionando, de fuego en las calles y personas muy abrigadas ante el frío, con paraguas ante la lluvia, con tapabocas en el contexto de la pandemia por coronavirus. Culmina con la imagen de uno de los escenarios en los alrededores del Congreso, con una enorme masa de personas verdes debajo y una gran pantalla al fondo, con el logo de la *Campaña*. El video es generado y difundido por la *Campaña* primordialmente para sus prodestinatarios y se publica como un signo doblemente destinado: a la marea verde del presente (las pioneras, las pibas y las generaciones intermedias, las que militan la causa de distintas maneras, con potencia *on line* y *off line*), así como a las que ya no están (tanto las militantes pioneras que ya fallecieron como las muertas a causas de abortos clandestinos o por el impedimento de abortos no punibles). Interpela, fuertemente, a quienes apoyan la legalización del aborto, apelando principalmente a la lucha colectiva, a la fuerza del encuentro y de la continuidad e insistencia de la *Campaña* y los movimientos de mujeres, en esta causa. La incidencia de este material sobre prodestinatarios es cuantificablemente mayor a otras publicaciones previas y se evidencia, principalmente, en *Instagram* donde cuenta, al momento de este análisis, con 30.545 me gusta, 122.150 reproducciones y más de 480 comentarios, en su enorme mayoría, a favor de la legalización y expresando la emoción que genera el video: “Nudo en la garganta. Será Ley!”, “Olé por la salud y el derecho a decidir de las mujeres”, “Me ponen la piel de gallina, vamos las pibas!”, “Todas juntas, es hoy”, “Me hicieron emocionar. Por las que no están, aborto legal!”, y otros muchos comentarios cargados de emojis con corazones verdes, fuegos, aplausos y puños cerrados, así como con los *hashtags*: #AbortoLegal2020, #AbortoLegalYa, #QueSeaLey. Sin embargo, la *Campaña* también dirige este video a paradestinatarios, con el objetivo de evidenciar la importancia, la urgencia, la necesidad de sancionar esta ley, ante un movimiento multitudinario, organizado e histórico, que reclama por el derecho a decidir sobre su salud, su cuerpo y su vida.

Como en otras ocasiones ya señaladas, es en *Twitter* donde se puede observar el mayor grado de disidencias y oposiciones. Esta red presenta, al momento de análisis, 2.287 retuits, 594 tuits citados, 6.593 me gusta y más de 70 respuestas, entre las cuales, alrededor del 85% son negativas y contra la *Campaña* y la Ley. En su gran mayoría, con expresiones violentas: “Con que ahí es donde se juntan todas estas aparatas. Intento de mujeres. Basura”; “Piden aborto (asesinato) libre, para vivir ellas mejor”; “Feminazis Asesinas de Bebés Inocentes”; “Es increíble que se quieran auto beneficiar por andar de calientes. El aborto debería ser para las niñas menores de 10 años no para ustedes feminazi”; “Deberían esterilizarse para que no tengan hijos y punto”; “No al genocidio”; además de flyer de bebés vestidos de celeste, imágenes de abortos de fetos en estado avanzado de embarazo, memes violentos, etc.

Otro video que analizamos en esta etapa es el publicado el 29 de diciembre, fecha de debate en el Senado, tras la obtención de la sanción inicial. El material audiovisual, de un minuto de duración, se postea en ambas redes acompañado del siguiente *copy*: “Después de 15 años de lucha e historia compartida en la Campaña, hoy más que nunca decimos: Educación sexual para decidir. Anticonceptivos para no abortar. Aborto legal para no morir. El derecho al aborto voluntario: SERÁ LEY. #AbortoLegal2020 #EsAhoraSenado”. Con este material, la *Campaña* recopila y sintetiza todas las consignas que ha desplegado tanto durante el debate en 2018 como en 2020, así como las tres históricas: “Educación sexual para decidir. Anticonceptivos para no abortar. Aborto legal para no morir”. Se trata de un video breve, potente, conciso y con el que la *Campaña* cierra su organizada comunicación para la incidencia, con pura estrategia. De esta manera, recupera sus sólidos argumentos: el aborto debe legalizarse porque es un derecho humano, una deuda de la democracia con las personas gestantes, un tema (y derecho) de salud pública, una problemática y necesidad de justicia social. Asimismo, reivindica el derecho a la sexualidad como una práctica de goce de las mujeres y del derecho a la autonomía de los cuerpos gestantes.

Como estrategia visual, de fuerte apoyo del mensaje discursivo, apela nuevamente a visibilizar la cantidad de personas apoyando la causa con imágenes de las jornadas del 10 y 11 de diciembre, por lo que se ve la mayoría de las personas con tapabocas y vestidas con prendas de verano. Varios planos responden a tomas de drones que exhiben la multitud desde lo alto: explanadas alrededor de escenarios y pantallas, extensas y largas calles completas de marea verde. Otros, detalles de individualidades y pequeños grupos que muestran expresiones, maquillaje, encuentro, alegría detrás de los barbijos. El texto, también interpretado por una voz femenina, potente, emocionada y pausada (que permite destacar con diferentes tonalidades y ritmos frases e ideas), sintetiza los años de lucha y militancia de la *Campaña* y los movimientos de mujeres, en torno a la legalización de la interrupción voluntaria del embarazo, acompañada de música instrumental rítmica:

La calle nos encuentra una vez más.
Con los pañuelos en alto.
Bailando al viento.
En vigilia.
En vigilia y en vilo por nuestros derechos.
Por poder decidir libremente por nuestros cuerpos, por nuestra autonomía.
Libertad.
Goce!
Porque es salud pública. Es justicia social. Son derechos humanos.
Tras 15 años de lucha decimos:
Educación sexual para decidir.
Anticonceptivos para no abortar.
Aborto legal para no morir.
Tenemos la certeza.
Este 2020 se salda esta deuda histórica de la democracia...

En los últimos segundos de video y antes de que la voz en off diga las dos oraciones finales se escucha el relato del resultado de la votación en Diputados, el 11 de diciembre (que da lugar a la sanción inicial), mientras se observa la multitud fuera del Congreso celebrando. El uso de este recurso, denominado discurso referido o ajeno por Voloshinov, carga de emocionalidad y veracidad el mensaje que proyecta la Campaña. Aún cuando se trata del resultado de la instancia previa, la construcción de este discurso, su guión, sus tiempos, sus pausas, su tono, sus imágenes y esta intervención final, transforma el mensaje en un hecho ya consumado. Y así, con esas imágenes de triunfo, la voz femenina cierra con una sentencia absolutamente verosímil para quien viene observando el video: “El derecho al aborto voluntario, será ley. Será Ley”.

En cuanto al público destinatario de este video coincidimos con el análisis del material previo. Principalmente incide sobre el público prodestinatario, a quien busca emocionar y transformar en un protagonista de la viralización del mismo. Sin embargo, también pretende repercutir sobre paradesinatarios, a quienes aún quiere convencer a través de la síntesis de las consignas y argumentos que sostiene la *Campaña* en pos de la legalización de la IVE, así como contradestinatarios, contra quienes disputa sentidos. De esta manera, las respuestas (interacción) obtenidas en *Instagram*, al momento de la observación, son de 14.411 me gusta, 145 comentarios y 58.430 reproducciones. Nuevamente, los comentarios son, en su inmensa mayoría, favorables e incluyen, en este caso, apoyo de mujeres y organizaciones de otros países del mundo. En cuanto a *Twitter*, hay una distinción con posteos anteriores analizados ya que encontramos 567 retuits, 77 tuits citados, 1.449 me gusta, 20.200 reproducciones y solo 4 comentarios. Es para destacar que, tanto los comentarios como los tuits citados, son todos favorables. Estos últimos, puntualmente, son compartidos (citados) por cuentas de otros lugares del mundo, en algunos casos, en otros idiomas.

A continuación, examinamos el último video publicado por la *Campaña* antes de la votación en el Senado, en la madrugada del 30 de diciembre. Con una extensión de 1,07 minutos, se publica en ambas redes, alrededor de las 2,30 de la mañana, otro material audiovisual que recupera la lucha histórica y reciente, apelando a la emotividad de la marea verde y el convencimiento final de su público paradesinatario (principalmente, de los/as legisladores/as prontos/as a votar). Acompaña el video con el siguiente copy (en ambas redes): “La historia nos pertenece. Por el derecho a decidir emprendimos una lucha. Y por eso, es compartida. La llevamos en la memoria y esta noche no termina sin que sea Ley. #EsAhoraSenado #AbortoLegal2020”. El discurso oral, nuevamente interpretado por una voz femenina y acompañada de música instrumental suave, dice:

La historia nos pertenece.
Por el derecho a decidir, emprendimos una lucha.

De romper el silencio, un movimiento.
De ser unas pocas, convertirnos en marea.
De nuestro puño y letra, una ley.
Así es la historia que escribimos.
De generación en generación, solo viviéndola.
La que se cuenta en primera persona pero nos atraviesa colectivamente.
En la que todos somos protagonistas y que de épica tiene la resistencia.
Por nuestras demandas, todo.
Y como sea que esté allá afuera, con nuestros pañuelos bien en alto
y la alegría en el pecho.
LLevamos la memoria de una historia compartida.
En cada abrazo crece la fuerza de nuestra lucha.
Esta revolución no sabe de fronteras
Y la mayor conquista es nuestra libertad.

El video presenta en *Instagram*, al momento de análisis, 200.620 reproducciones, 38.500 me gusta, 349 comentarios de apoyo a la legalización o, posteriores a la misma, de felicitaciones por el logro y la incansable lucha. En cuanto a *Twitter*, observamos 75mil reproducciones, 960 retuits, 212 tuits citas, 3.390 me gusta, más de 20 respuestas, con un 50% de posiciones a favor de la legalización y un 50% en contra.

Tal como vamos observando, los videos analizados van *in crescendo* en cantidad de interacciones hasta el punto cúlmine, alrededor de una hora antes de la votación final. De esta manera, la incidencia en redes sociales se ve claramente conseguido, primero con el alcance y repercusión de su mensaje, luego con el logro del objetivo principal perseguido desde el origen de la *Campaña*: la sanción de la Ley IVE.

El último y particular video, excede nuestro periodo de análisis, es desarrollado y publicado por la *Campaña* en sus redes una vez obtenido el resultado final y la aprobación de la Ley, el 31 de diciembre, con una extensión de 1,57 minutos. Se publica en ambas redes con el siguiente texto:

¡Es Ley, compañeros! Este avance de los feminismos de nuestro país resuena en el mundo como un augurio de libertad y de emancipación. Vivimos la conquista de un derecho y reafirmamos que la única lucha que se pierde es la que se abandona. ¡Tenemos #AbortoLegal2020!

A diferencia de los precedentes, gira en torno de la canción “Hasta la raíz” de Natalia Lafourcade y no presenta voz en off que guíe el relato. Las imágenes que acompañan intercalan rostros felices, abrazos, mujeres de verde, con barbijo y a la escucha del debate así como panorámicas de la multitud ocupando los alrededores del Congreso, escenarios, calles completas. Se interrumpe la música, a los 50 segundos, para introducir la voz de Cristina Fernández, presidenta del Senado, anunciando el resultado final que confirma la sanción de la ley junto con el sonido de la marea verde que grita, llora, celebra el logro colectivo. La música continúa y exhibe nuevamente la multitud en las calles emocionada, colmando espacios, festejando la ley tan anhelada y se vuelve a interrumpir la música con la imagen y voz del escenario principal, donde una mujer al micrófono grita: “Lo conquistamos.

El aborto es un derecho y, desde hoy, también es ley”. Nuevamente la *Campaña* apela al discurso referido, en este caso el artístico de la canción seleccionada, y lo resignifica, dotándolo de una gran carga de sentido, junto a las imágenes de la multitud que se abraza emocionada. La letra de la canción, en la dulce voz de Natalia Lafourcade, dice: “Yo te llevo dentro, hasta la raíz, y por más que crezca, vas a estar aquí”, y con ella la *Campaña* hace del video un mensaje, un signo doblemente destinado, de reconocimiento, reivindicación y agradecimiento. Con él recupera toda la genealogía de mujeres que batallaron por la causa: se dirige a la fuerza de la marea verde del presente y, también, agradece a las pioneras su lucha, así como reivindica a las que perdieron la vida por la ilegalidad del aborto.

En comparación con la respuesta e interacción de los videos previos, los números bajan en ambas redes. Sin embargo, dentro de todos los posts analizados, siguen siendo muy elevados los valores. En el caso de *Twitter*, encontramos al momento de la observación 170 retuits, 50 tuits citados, 927 me gusta y 10.200 mil reproducciones. Y de los 9 comentarios/respuestas presentes, la gran mayoría presenta expresiones negativas, de mucho enojo, contra la ley: “Las feminazis atacan... Realmente son de un intelecto envidiable”, “Me podrían explicar si el aborto ya era legal por violación o riesgo de vida para que querían esto o cada uno no es responsable de sus actos”, “Avance? Comunistas enfermeras, quitate las trompas eso es decidir por tu cuerpo, no matar, doble moral celebras la muerte de un inocentes y lloran por terroristas sanguinarios, pidan quimioterapias gratis, no estupideces, nunca el aborto en Perú nunca la izquierda”, “Pobres pendejas por libertinas se vuelven en asesinas”. En tanto que en *Instagram*, los números al momento de análisis corresponden con 7130 me gusta, 25.780 reproducciones y 133 comentarios. Tal como hemos observado en ocasiones previas, estos son en su generalidad positivos y expresan, en esta ocasión, la alegría y la emoción de ver alcanzado el resultado buscado por tantos años: “Tanto tiempo, tanta lucha y aquí estamos y #EsLey!”, “Gracias a todas nosotras”, “Es ley carajo, vamos las pibas”, “Lo logramos compañeros, no puedo parar de llorar cada vez que lo veo!”, “Gracias infinitas por la lucha y por marcarnos el camino”, “El ley compañeras. Gracias al feminismo que nos salvó. Gracias a la lucha!”, “Ni la lluvia, ni el frío, ni el calor, ni los antiderechos podrán parar los movimientos feministas”; “Nos hicimos fuertes, nos enojamos y continuamos. Es una ley nuestra, ganada por las pibas!!”; “Feliz de haber estado en cada vigilia. La ganamos por las que no están y por las que vendrán. Tenemos ley y es bien nuestra!”, entre muchos otros.

Con esta pieza la *Campaña* cierra su comunicación para la incidencia con su principal objetivo alcanzado. Y, también, cierra el 2020, ya que se trata de la última publicación de este año en ambas redes.

Así llegamos al fin del análisis del periodo propuesto por esta investigación, advirtiendo semejanzas y diferencias entre las estrategias de comunicación para la

incidencia desplegadas por la *Campaña* en 2018 y 2020. Sin embargo, dos aspectos adquieren especial relevancia, a partir del análisis completo de ambos años. Por una parte, la absoluta relevancia que va adquiriendo, poco a poco, la comunicación para la incidencia en las redes sociales de la *Campaña* y todas sus alianzas, agigantada ante la pandemia de Covid19. Si bien las acciones presenciales llevadas adelante desde el colectivo son muchas, potentes, multitudinarias y en todo el país, aún en este contexto sociosanitario, su visibilidad en redes sociales, sitio web y medios de comunicación digitales (y sus redes sociales correspondientes), son la herramienta que mejor posibilita evidenciar la marea verde, federal, creciente y organizada. Y, en simultáneo, instala el debate constantemente en el discurso mediático, legislativo y, extensivamente, en todo el discurso público y privado nacional: en el discurso social argentino.

En segundo lugar, otro aspecto fundamental a destacar consiste en el aprendizaje adquirido por la *Campaña*, respecto de su experiencia de 2018, gran punto de partida para el desarrollo de las acciones y estrategias que se llevaron adelante, con éxito y eficacia, en 2020. Sin esta experiencia o sin la revisión cuidadosa de la misma, la praxis de este periodo final hubiera sido muy diferente y, quizá, el resultado también distaría del histórico logro conseguido.

Conclusiones finales

La sanción de la Ley de Interrupción del Embarazo es un hito histórico para los feminismos en Argentina. La complejidad del proceso de gestación y desarrollo de la *Campaña por el Derecho al Aborto* supera la historia lineal y trenza una multiplicidad de colores, historias, relatos (individuales y colectivos) y realidades. Incluso, rompe la frontera intergeneracional y reivindica, desde el presente, a las pioneras que ya no están y a las víctimas de la clandestinidad, del pasado.

Las características y particularidades de la *Campaña* la constituyen en una experiencia colectiva inédita y única: capaz de aunar esfuerzos por la legalización y despenalización del aborto, la ESI y la autonomía de las mujeres y personas gestantes a lo largo y ancho de un país tan extenso como el nuestro. Inicialmente, convocando y reuniendo solo a los movimientos de mujeres, luego, a un sector más amplio, compuesto por quienes defienden y promueven los derechos humanos y, finalmente, a partir de 2018, a una gran marea verde, integrada por múltiples espacios de la sociedad, incluidos ámbitos inicialmente impensados, como el educativo, el académico, el mediático (hegemónico) y el legislativo.

A lo largo de esta tesis hemos podido analizar el modo en que la *Campaña* se constituyó, organizó, fortaleció y aprendió de sus propias estrategias, aciertos y fracasos, en el camino por concretar su gran objetivo: la sanción de la ley de interrupción voluntaria del embarazo. Con la antesala de la *Comisión por el Derecho al Aborto*, fundada por Dora Coledesky y otras grandes pioneras, y la organización de los Encuentros Nacionales de Mujeres (denominado actualmente Encuentro Plurinacional de Mujeres y Disidencias), donde se evidenció que la vulneración de los derechos sexuales y (no) reproductivos era un problema que afectaba a mujeres de todo el país, como potentes bases, la *Campaña* surgió con un objetivo central pero enmarcada en una triple consigna: Educación sexual para decidir, anticonceptivos para no abortar y aborto legal para no morir.

Tal como relatamos, a lo largo de sus años de historia, ejecutó una fuerte acción política y de comunicación para la incidencia cuyo desarrollo no sólo implicó ejercicio práctico, en tanto, poner el cuerpo, sino también disputa epistémica de saberes y aprendizajes, en búsqueda del consenso y en contra del discurso hegemónico mediático, legal, moral, religioso y estatal (a través de sus propias instituciones, entre las que se destaca la justicia). Esta organización da cuenta de una nueva forma de construcción de saberes, de gestar acuerdos, generar y sostener redes que le garantizaron años de supervivencia frente a múltiples ataques de sectores opositores que ejercen diferentes modos de violencia.

Consideramos necesario destacar que el recorrido histórico y político de 15 años de la *Campaña* implicó numerosas instancias y momentos, de mayor y menor éxito, de mayor o menor alcance. Sin embargo, su valor reside en su permanencia a pesar de los avatares, su lectura atenta de la coyuntura en cada etapa y su capacidad de adaptarse y reinventarse durante todos esos años. La *Campaña* ha sido y es un colectivo atento y consciente de esta fortaleza. Por ello, cuando el debate creció y se instaló, cuando la legalización y despenalización fue finalmente exigida por una marea verde que se asentó en distintas ciudades y rincones del país, la *Campaña* se apoyó en ella e insistió en su potencia, rescantando al mismo tiempo, su historia, sus pioneras, su recorrido y esa genealogía de mujeres que hizo posible el presente de lucha. Así, en el éxito final de la estrategia comunicacional y política de la *Campaña* se evidencia, también, la posibilidad de promover nuevos modos de construir poder y de hacer política, de disputar desde abajo y colectivamente las lógicas del poder y del saber del patriarcado colonial, capitalista, clasista y racista.

De esta manera, consideramos que esta investigación, sus hallazgos y sus conclusiones son un importante y necesario aporte para la disciplina y el entrecruzamiento de los campos de la comunicación y los estudios de género/feministas, dado que da cuenta de esta experiencia exitosa de incidencia en la producción social del sentido en nuestro país. El abordaje de esta investigación permite comprender a la *Campaña*, su discurso y estrategias de comunicación para la incidencia, las diversas etapas de su historia (y sus antecedentes), su relación con los movimientos de mujeres y otros sectores y actores de la sociedad y la efectiva legalización de la IVE, como un proceso extenso, contínuo, influido y dependiente de múltiples factores y aristas de la sociedad en la que se inserta. El estudio de sus mensajes a partir de categorías del análisis social y crítico del discurso, la comunicación para la incidencia, el ciberfeminismo y herramientas de medición de redes sociales, en el marco de los aportes de la epistemología feminista, específicamente, de la teoría del punto de vista y el conocimiento situado, habilitan un análisis novedoso y valioso en un presente marcado por múltiples experiencias políticas de los movimientos de mujeres (y movimientos sociales en general) *on y off line*. Asimismo, este trabajo habilita nuevos interrogantes respecto de las acciones políticas y los discursos de incidencia de la *Campaña* y los movimientos de mujeres y disidencias en la etapa actual, post sanción, tanto sobre la implementación de la ley como sobre otros horizontes y causas de militancia de los feminismos.

Estrategias de análisis del discurso y comunicación para la incidencia desplegadas

Para abordar en mayor profundidad las estrategias discursivas y de comunicación para la incidencia de la *Campaña* es necesario señalar que las mismas fueron ajustándose y optimizándose a lo largo de su historia, especialmente durante el periodo analizado, en 2018 y 2020.

El análisis político y social de la *Campaña* fue profundo y acabado desde sus orígenes, con pioneras que supieron reconocer las estrategias necesarias para instalar y posicionar la problemática del aborto clandestino en el interior de una discusión mucho más amplia: la vulneración de los derechos sexuales y (no) reproductivos de mujeres y personas gestantes.

En cuanto a las bases de la comunicación para la incidencia, la *Campaña* partió de un claro objetivo político, la legalización y despenalización del aborto en la Argentina, en el que trabajó atenta y cuidadosamente, como un proceso. Para ello, la *Campaña* se enfocó en los sentidos de su enunciación y sus orientaciones, para generar un cambio socio-cultural, comunicacional y político en ese trayecto. Formuló y defendió, en este sentido, un lema triple e integral, que partió de una situación diagnóstica y que apuntaba, también, a una política pública integral: educación sexual para decidir, anticonceptivos para no abortar, aborto legal para no morir.

Este lema, que nunca abandonó y a partir del cual, reincidentemente, explicó la necesidad de promover y garantizar estas políticas públicas vinculadas a la prevención de embarazos no deseados y a la protección de la vida sexual de las personas, se constituyó en su principal herramienta discursiva y de incidencia política. El aborto nunca fue comprendido ni defendido como un capricho, ni una medida extrema, solicitada como solución fácil. El aborto culminaba en una serie de exigencias que el Estado debía cumplir y proveer a las personas gestantes (y no gestantes), para así solo habilitar el aborto legal en casos en que un embarazo no deseado no se hubiera podido evitar.

Este triple lema sostuvo la coherencia de la *Campaña* en el análisis de una compleja problemática de salud pública, que requirió de abordajes diversos e integrales. Con la potencia de un estudio acabado y profundo de la realidad social, salió a enfrentar en la arena de combate discursiva a la construcción de sentido hegemónico que no solo silenció e invisibilizó el aborto, sino que también negó la educación sexual integral y los anticonceptivos a la población, basado en razones que, en muchos casos, ni siquiera conocía o podía defender. No obstante, la *Campaña* no se contentó con su triple lema para interpelar y erosionar el discurso social hegemónico. También apeló a otro recurso que ya presentaba una enorme carga simbólica heredada de otras luchas de mujeres valientes: el pañuelo (tomado del pañuelo de las Madres y Abuelas de Plaza de Mayo), verde, en este

caso (también a partir de la noción de salud, vida, naturaleza y demás aportes del color). Con estas herramientas trazó su comunicación para la incidencia que supo fortalecer y federalizar rápidamente a partir de su presencia en talleres y actividades de los Encuentros Nacionales de Mujeres, principal organizador político de los movimientos de mujeres y disidencias en Argentina. Sus acciones se desplegaron, desde su origen, con autonomía económica y conceptual, y permitieron sensibilizar distintos espacios de la sociedad a partir de disputar a los sectores hegemónicos la construcción de sentido en torno a los DDSSyRR. En este cuidado y estudiado proceso, la *Campaña* aprendió a diseñar proyectos de ley desde su propio interior y con sus propias integrantes, así como a leer el contexto social, político y cultural en cada uno de ellos para alcanzar el mayor apoyo de la sociedad y del ámbito legislativo. Este aprendizaje significó otro gran acierto en su recorrido.

De esta manera, la *Campaña* llegó al año 2018 con el saber y la experiencia de su historia consigo, lo que le permitió argumentar sólidamente en defensa de su objetivo y deconstruir, debilitar, resquebrajar el sentido común dominante, con sus ejes recurrentes, mitos instalados, tabúes y silencios instaurados en torno al aborto, desde la religión, la moral y el mismísimo patriarcado, como sistema opresor vigente.

Ese año, aprovechando el ingreso de periodistas y personalidades públicas con perspectiva de género en espacios mediáticos para hablar y visibilizar la problemática del aborto clandestino, la *Campaña* desplegó una serie de líneas argumentativas potentes y sin fisuras, que le permitieron cuestionar la construcción de sentido hegemónica e indiscutida hasta ese momento. La *Campaña* estaba preparada para esta instancia desde hacía años y no tardó en tomar el lugar y dar el debate necesario.

En cuanto a los ejes de sentido con los que batalló y, luego, logró instalar en el discurso social, corriendo los umbrales de decibilidad, destacamos los siguientes: en primer lugar, la *Campaña* afirmó que el aborto era una realidad que ni el Estado ni la ilegalidad y sus duras consecuencias (cárcel o muerte) lograban impedir. Por ello, exigió correr la discusión del eje aborto o vida, a un eje más real y concreto, aborto clandestino o aborto legal. Y sobre dicha afirmación expuso al aborto como una problemática de salud pública que afectaba a toda la población gestante del país. En segundo lugar, desde este primer cuestionamiento, argumentó que la ausencia del Estado en la decisión de interrumpir un embarazo no deseado era la culpable de la muerte, de la persecución y la detención de mujeres supuestamente sospechosas (aún en múltiples casos de abortos espontáneos), así como de otras consecuencias sobre la salud y la vida de personas gestantes. El problema, subrayó la *Campaña*, no es el aborto en sí mismo, sino la ausencia de regulación del Estado sobre su práctica. En tercer lugar, y vinculado con todo lo planteado, la *Campaña* destacó que esta problemática, si bien implica a todas las mujeres y personas gestantes, es innegable que afecta en mayor grado a las clases sociales más vulnerables. Por ello,

manifestó que la urgencia de legalizar el aborto respondía, también, a un tema de justicia social. Asimismo, la *Campaña* recuperó, a partir de la visibilización del tema en 2018 (y en adelante), reflexiones y afirmaciones postuladas en su largo recorrido y experiencia. En ese sentido, insistió que no debatir la legalización y despenalización del aborto en el Congreso era la gran deuda de la democracia con las mujeres y las personas gestantes. Aún ante el gran avance de la legislación argentina en torno a los derechos humanos, el Estado (y sus responsables) había decidido eludir por más de 30 años de democracia, el derecho a la autonomía sexual de las mujeres y el derecho a decidir sobre sus propios cuerpos.

La *Campaña* también se enfocó en destacar la desprotección por parte del Estado y la sociedad de niñas embarazadas, producto en la gran mayoría de los casos, de abusos, violaciones y situaciones extremas de violencias. A partir de la construcción discursiva de la consigna #NiñasNoMadres, trabajó cuidadosamente la doble vulneración de derechos que se opera sobre niñas y jóvenes a quienes, tras abandonar (no creerles, ocultarlas, etc) ante una evidente situación de abuso sexual, se les obligaba a llevar adelante un embarazo (cuando su cuerpo físico y mental no está preparado para dicho proceso). La estrategia de visibilizar y cuestionar la hipocresía del discurso dominante que asegura “defender la vida”, mientras descuidaba la salud y la vida de, por ejemplo, una niña (ya nacida, pero menor) permitió abrir también la discusión acerca de la necesidad de separar la sexualidad de la reproducción.

De esta manera, la *Campaña* también se dedicó a romper con el mandato de la maternidad y lo expresó con la consigna: “la maternidad será deseada o no será”, tanto para la protección de la niñez y la adolescencia, como también en defensa del derecho al deseo y el goce de las mujeres y las disidencias. Demostró, en este punto, que uno de los grandes impedimentos para abordar la legalización y despenalización del aborto por parte del Estado se ha basado en la necesidad de sostener el control sobre el cuerpo de las mujeres, el imperativo de la maternidad y la negación de su acceso al placer y el deseo, propios del sistema opresor patriarcal y capitalista en el que estamos insertos e insertas. Sobre estas líneas argumentales se construyó y sostuvo el discurso de la *Campaña* y su estrategia de comunicación para la incidencia, con el cual disputó al sentido hegemónico. Principalmente en 2018, su gran fortaleza consistió en desarticular construcciones y valoraciones generadas históricamente por el sector opositor a la legalización y despenalización de la interrupción voluntaria del embarazo. De esta manera, evidenció: 1) la existencia real del aborto, a pesar de la clandestinidad; 2) la ilegalidad del aborto como causal de muertes maternas, detención y persecución de mujeres en situación de aborto (en algunos casos, de abortos espontáneos) y demás consecuencias sobre la salud de las personas gestantes; 3) la mayor vulneración de mujeres y personas gestantes de sectores populares y/o alejados de las grandes ciudades; 4) las violencias y la negación de la interrupción legal del

embarazo de niñas y adolescentes; 5) la ausencia de implementación de educación sexual integral en las escuelas de todo el país; 6) los impedimentos para acceder a métodos anticonceptivos de manera gratuita, entre otros.

Los argumentos se sustentaron en un gran caudal de datos estadísticos, nacionales e internacionales, públicos y privados, pero también se construyeron en primera persona, a partir de relatos, testimonios y narrativas concretas. Se oyeron múltiples voces de mujeres y familias afectadas por la clandestinidad de la práctica, de abogadas y representantes legales de personas detenidas y penalizadas, de profesionales de la salud que acompañaron interrupciones legales del embarazo y de múltiples personas que, desde la experiencia, demostraron las durezas y angustias de la clandestinidad de una práctica como el aborto.

Si bien el resultado del largo debate social y legislativo de 2018 sobre la urgencia de legalizar el aborto (tanto en comisiones como en el mismo Congreso) no conllevó un resultado final positivo, tanto la *Campaña* como los movimientos de mujeres/feministas y disidencias afirmaron que se alcanzó su despenalización social. La problemática no sólo salió de su invisibilización, rompiendo los umbrales de decibilidad, en términos de Angenot, habilitados hasta el momento por el contexto histórico, sino que fue más allá: se abordó en espacios y lugares impensados e invitó a la sociedad toda a reflexionar y posicionarse al respecto. Desde este punto, si bien no hubo unanimidad, una gran porción de la población se atrevió a expresar la necesidad de sancionar la ley, así como exigió la implementación de la ESI y se sumó a la marea verde, sus actividades y acciones políticas. Simultáneamente, otro sector se manifestó dudoso pero coincidió en la necesidad de abordar el tema y de que funcionarios y funcionarias se dedicaran a darle una solución. Finalmente, un tercer sector sostuvo su negativa a la ley pero, en parte, exigió mejores políticas públicas de prevención de embarazos no deseados, así como de acompañamiento de personas gestantes que no pudieran sostener una maternidad por motivos económicos o de otro tipo (proponiendo medidas como la adopción, por ejemplo).

En todas las instancias analizadas de 2018 y, luego, de 2020, la *Campaña* trabajó sobre los mismos ejes argumentales y de disputa de sentido. Esto generó una fuerte reiteración de categorías y recursos de análisis del discurso en la muestra, por lo cual procedimos a realizar una reorientación, trabajando más sobre comunicación para la incidencia que sobre el discurso propiamente dicho.

Simultáneamente a las estrategias discursiva explicadas y sostenidas por la *Campaña*, a través de sus referentas, de las múltiples redes y colectivas que la integran, así como de los y las expositoras que se presentaron en comisiones de ambas cámaras, el sector opositor no pudo o no supo generar nuevas herramientas o ejes de discusión. De esta manera, la oposición apeló a los mismos elementos de expresión y visibilización

construidas por la *Campaña*: el lema “Salvemos las dos vidas”, carente de propuestas o medidas de ejecución, basado en la negativa a la legalización de la IVE y el pañuelo celeste, símbolo de identificación construido por oposición a la *Campaña*, sin significación propia. Acciones y actividades semejantes a las organizadas por la marea verde: convocatorias a tuitazos y pañuelazos, videos de personajes públicos expresándose contra la legalización del aborto, entre los principales. Quizá, la única originalidad fue el diseño de bebés gigantes de cartapesta que se movilizaron por distintas ciudades del país.

Respecto a su posicionamiento, la oposición se sostuvo sobre antiguos, tradicionales y conservadores argumentos: 1) el aborto es muerte ya que hay vida desde la concepción; 2) ante un embarazo no deseado se puede optar por la adopción; 3) la interrupción del embarazo es una práctica compleja y peligrosa siempre, aún cuando se practique en hospitales; 4) las mujeres que abortan sufren traumas de por vida; 5) siempre se puede evitar un embarazo no deseado y, en caso de violación, ya existe la interrupción legal del embarazo; 6) la legalización del aborto aumenta cuantitativamente esta práctica y promueve una sexualidad irresponsable; 7) la interrupción del embarazo como política de salud pública significa grandes gastos para el Estado; entre las principales.

Sin embargo, consideramos necesario señalar que en espacios más informales, como en algunos debates mediáticos y, fundamentalmente, en la interacción en redes sociales (sobre todo en *Twitter*), los decires opositores a la sanción de la ley se tornaron mucho más agresivos y violentos. Entre los argumentos más reiterados se encontró el ataque a las mujeres y personas gestantes por elegir una sexualidad libre, su goce y su placer, y luego exigir su derecho a decidir: “mejor cierren las piernas”, “quieren coger como perras pero después no se bancan las consecuencias”, “son unas putas matabebés”. Se atacó de manera directa y violenta el derecho a la autonomía de las mujeres y se consideró al embarazo no deseado como mera y única responsabilidad de la persona gestante. Es decir, como un asunto privado y no de salud pública y de derechos humanos. Asimismo, se catalogó de maneras despectivas a quienes militaban la ESI y la IVE, como personas desconsideradas, crueles, libertinas, egoístas, dispuestas a todo por su libertad y su deseo: “asesinas”, “putas”, “feminazis”, “matabebés”, “huecas”, “irresponsables”, entre muchas otras valoraciones negativas. En tanto, la *Campaña* siempre promovió no dar lugar a estas expresiones violentas y, por el contrario, invitó a no enfrentarse al sector opositor.

Respecto al análisis de 2020, trabajamos en torno al intenso y breve periodo que comprendió la presentación del proyecto de ley del Ejecutivo en el Congreso hasta el día posterior a la sanción de la ley (17 de noviembre a 31 de diciembre) de manera de enfocarnos en las diferencias con el abordaje de 2018. Para ello, sumamos a la muestra las piezas comunicacionales publicadas en la red de *Instagram* de la *Campaña*, atendiendo a

las particularidades de sus aportes, además de sostener la observación de los posts de *Twitter*.

La principal diferencia la brindó el contexto de pandemia por Covid19 y sus medidas de aislamiento y distanciamiento social. Ante ello, si bien se realizaron diversas acciones y actividades *off line*, tomó mayor relevancia el movimiento *on line* y, por supuesto, la comunicación para la incidencia y los discursos construidos en y para las redes sociales. Respecto de las mismas, advertimos al sumar *Instagram*, reacciones muy dispares del público, en comparación con *Twitter*. Si bien la *Campaña* publicó la misma información, placas, fotos y videos, en la generalidad, las repercusiones en las respuestas y comentarios indicaron que mientras en *Instagram* casi el 100% de las interacciones eran positivas y de apoyo (público prodestinatario), en *Twitter* más del 70% resultaron ser expresiones violentas y agresivas, así como contraargumentos y convocatorias a sumarse a las acciones del sector opositor, en mucha menor medida (público contradestinatario). Esta distinción entre ambas redes fue notoria y evidencia que la red política y marcadora de tendencia por excelencia, *Twitter*, se constituye en un canal necesario e importante para la comunicación para la incidencia ya que instala el tema, lo lleva a los medios de comunicación y marca el ritmo del debate, pero a un costo muy elevado. Simultáneamente a lo señalado, *Twitter* promueve y sostiene intercambios violentos, alejados de la búsqueda de algún tipo de escucha, consenso y negociación, sólo da lugar al enfrentamiento sin reglas y sin aportes positivos al diálogo democrático.

Por otra parte, en 2020 nos encontramos con una *Campaña* que aprendió sustantivamente de su experiencia y que partió del análisis de sus triunfos y fracasos, para planificar y desplegar una comunicación para la incidencia ordenada y cuidadosa, sin fisuras.

Si bien las instancias de debate formal, los mensajes, consignas, recursos y estrategias coinciden con los de 2018, los tiempos se presentaron más acotados y la *Campaña* trabajó en describir con claridad cada uno de los momentos, preparando a la marea verde para estar a la altura de las circunstancias. Por ello, desplegó varios carrusel en *Instagram* e hilos en *Twitter*, con *flyers* y piezas que apelaron a explicar las instancias a recorrer con sus fechas, a invitar al autocuidado en el contexto de aislamiento y distanciamiento social, a informar los puntos de encuentro de todo el país, etc. También amplió algunas discusiones o acciones concretas que se desarrollaron en esos días, como la campaña que vinculó la jornada del 25 de noviembre con la consigna #NiUnaMenos por aborto clandestino y otra que se presentó el 30 de noviembre con la consigna #LibreNosQueremos, visibilizando la cantidad de mujeres detenidas o procesadas por supuestas situaciones de interrupción ilegal del embarazo. Datos concretos cuya estrategia demostró que el aborto clandestino era una práctica real y recurrente, con consecuencias

concretas sobre personas concretas, lo cual exigía una intervención estatal urgente que pusiera fin a estas violencias. Asimismo, con el objetivo de dar cuenta del consenso alcanzado y de evidenciar la despenalización social obtenida con el debate y el tratamiento en el año 2018, la *Campaña* presentó en 2020 mayor cantidad de posteos exhibiendo las múltiples actividades llevadas adelante en todo el país. Por ello, expuso mayor cantidad de publicaciones con *flyers* federales y, también, con fotos y videos de dichas acciones. El mensaje que transmitió, indirectamente, es que la marea no sólo supo sostenerse dos años, de 2018 al 2020, sino que además se encontró horizontal y federalmente, más organizada y comunicada que nunca.

Sumado a la visibilización de la gran marea inundando todo el país, la *Campaña* dio cuenta del apoyo internacional y, a días de la sanción definitiva en el Senado, publicó en *Instagram* numerosos videos de mujeres y colectivos de distintos países del mundo, sobre todo de América Latina y Europa, acompañando a la marea verde y deseándole todo el éxito a su lucha. Así, la *Campaña* exhibió cómo su accionar político no solo fortaleció el nexo de su red federal sino, también, de qué forma creció hacia otros espacios y colectivos y movimientos de mujeres, feministas y de género del mundo que, en muchos casos, tomaron la bandera, o el pañuelo, en sus manos y emprendieron con él su activismo para avanzar por el derecho a decidir en sus países o ciudades.

En 2020, tras haber desplegado los argumentos que sostenían la urgencia de legalizar el aborto en 2018, el mensaje central de la comunicación para la incidencia de la *Campaña* fue más ordenado, preciso y explícito: hay consenso social nacional; hay apoyo internacional; el momento del debate es ahora; el Estado argentino no puede volver a negar a las mujeres y personas gestantes que, en pleno contexto de pandemia sale a las calles a exigir su derecho, la sanción de esta ley. No obstante, eso no es todo. A diferencia de 2018, la *Campaña* también trabajó conscientemente en el diseño de piezas comunicacionales que expresaron la experiencia, la lucha, la sororidad y las muchas emociones y sensaciones que pasaban y pasaron por el cuerpo de su marea verde a lo largo de su historia. Así, rescató en significativos videos breves (para cumplir las reglas de las redes sociales) la visión y el decir de sus pioneras, el dolor de las muertas por abortos clandestinos y el de sus familias, el miedo y las violencias sobre las perseguidas, detenidas e imputadas por la ilegalidad del aborto, la emoción y la alegría por el encuentro y la lucha de tantas en muchos rincones del país, la identificación en las calles por el pañuelo verde, los abrigos y los paraguas ante el debate en el duro invierno de 2018, la desazón ante la negativa en el Senado, la organización, las performances, los talleres, las redes nuevamente vestidas de verde, el glitter, el agua y los barbijos, en el debate de mucho calor climático y mucho calor militante de 2020. Este material emotivo, movilizante, se constituyó en un abrazo, un agradecimiento, un reconocimiento a la marea verde y a la genealogía que le dio vida, el público

prodestinatario (quizá por ello es el material elegido para visibilizar el éxito final y cerrar el 2020 en redes sociales). Pero también es una gran estrategia para con el público paradesinatario, que aún dudaba en su opinión y/o posicionamiento y se ve directamente interpelado por este material que muestra un recorrido coherente, cuidado, atento a la coyuntura, humano y empático.

Esta estrategia que parece sencilla, pero exige mucho al recurso humano, dado el escaso tiempo disponible para su ejecución (muchos videos se produjeron y publicaron en horas), es una que el sector opositor no le copió a la *Campaña*. Esto puede responder a la ausencia de una organización colectiva y sólida (como con la que cuenta la *Campaña*), a la inexistencia de una historia de 15 años que relatar con referentas sostenidos a lo largo del tiempo. Pero también puede deberse a la falta de una lectura por parte de la oposición que pusiera en valor este recurso como elemento persuasivo y de reconocimiento del propio sector militante.

Por último, en 2020 la *Campaña* incorporó a sus redes sociales, la publicación de sus comunicados públicos y/o gacetillas de prensa con lo cual acercó aún más a su comunidad, su decir y su accionar político. Si bien los comunicados constituyen una construcción comunicacional clave, que guió la organización desde sus orígenes, en 2018 no fue un recurso que se presentara, como tal, en las redes (sí se exponían en su sitio web y se enviaban a los medios de comunicación e integrantes del colectivo). Llevarlo a las redes sociales en 2020 significó otra instancia de visibilización de la organización y apoyo alcanzado por la *Campaña*, así como una herramienta útil para potenciar el reclamo a los y las legisladoras antes de cada votación ya que su viralización evidenció el consenso y la multiplicidad de sectores de la sociedad implicados con la sanción de la ley.

Para terminar con las apreciaciones observadas durante 2020, es destacable la lucidez política adquirida por la *Campaña* a esta altura, atenta a los argumentos y dichos de cada jornada, tanto en el interior del Congreso como en el ámbito público (medios de comunicación, redes sociales, academia). Esto le permitió accionar con su comunicación para la incidencia en tiempo y forma ante diversos cuestionamientos, dilaciones, avanzadas de violencia hacia sus integrantes o expositores/as, interpretaciones erróneas o intromisiones dudosas para con los dictámenes, etc.. Su lucidez y su ágil acción dio lugar al abordaje social de todas las discusiones (no solamente puertas adentro del Congreso, como suele ocurrir), la explicación acabada, clara, con detalles y aristas implicadas desde su espacio y, finalmente, resultados esperados como solución final. Es desde todo este análisis que se comprende el éxito final de la sanción de la ley por parte de la *Campaña*: producto de un proceso minucioso, organizado, atento y constante de cada estrategia, recurso y mensaje desplegado durante los periodos analizados.

De esta manera, tras la investigación realizada de toda la propuesta de comunicación para la incidencia llevada adelante por la *Campaña* en los periodos 2018 y 2020, podemos afirmar su éxito y efectividad en ambas dimensiones de la incidencia. Por una parte, se evidencia su logro en términos de acción política, con la concreción de la sanción de la Ley IVE (su propuesta de incidencia) alcanzada en una negociación constante y tensa con el Estado nacional: Poder Legislativo y Poder Ejecutivo; en ambos periodos. Por otra, y objeto central del estudio de esta tesis, el grado de visibilidad de la propuesta y su instalación y posicionamiento en el discurso social argentino, que hemos mencionado en más de una ocasión como “despenalización social”, da cuenta del acierto en términos de las estrategias comunicacionales diseñadas, desplegadas, analizadas y optimizadas por la *Campaña* en los periodos observados. Hecho fundamental para operar en la negociación con los actores del Estado nacional.

Hallazgos protagonistas: ciberfeminismo y narrativa hashtag

Además de confirmar su anticipación de sentido, esta investigación generó significativos hallazgos. Por una parte, consideramos relevante destacar el rol del ciberfeminismo en este proceso de comunicación para la incidencia como caso emblemático, que hacia su interior implicó otros ejemplos de resultados concretos del accionar colectivo *online* de los movimientos de mujeres en nuestro país (como la liberación y posterior absolución de Belén, joven detenida y acusada de practicarse un aborto clandestino). Junto con la consigna y actos en torno al #NiUnaMenos, las ciberacciones por la legalización de la IVE representan hasta el presente, una de las experiencias más organizadas, constantes, multitudinarias y duraderas del ciberfeminismo en Argentina. La atenta y ágil lectura de las integrantes responsables de la comunicación de la *Campaña* de incorporar nuevas cuentas y redes sociales (tanto en cuanto al soporte o aplicación: se empezó por *Facebook*, se sumó *Twitter* y, finalmente, *Instagram*; como nuevos nodos/perfiles por zona/sede geográfica), así como formatos, recursos (*emojis*, *flyers*, menciones, fotografías, videos, etiquetas y *hashtags*) y tipos de mensajes (informativos, ilustrativos, convocantes, argumentativos/persuasivos, emotivos, didácticos, etc), resultó impulsada por las experiencias de ciberfeminismo promovidas por los movimientos de mujeres en los últimos años y la imposición de apelar a las TIC en casi todas las rutinas de las personas, ante el contexto de pandemia. De esta manera, observamos cómo el ciberfeminismo se evidencia como una herramienta ineludible de los movimientos de mujeres y disidencias, como ya mencionamos, para hacer política, visibilizar, disputar, incidir o resistir atropellos y vulneración de derechos contra las lógicas del poder y del saber del sistema patriarcal, colonial y capitalista.

Y, en directa vinculación con el ciberfeminismo, nos detenemos aquí para reflexionar sobre otro de los hallazgos fundamentales: la potencialidad de los *hashtags*. La composición y uso integral y en constante articulación entre sí de los hashtag elaborados por la *Campaña*, tanto dentro de cada instancia y período examinado como, incluso, de 2018 a 2020, nos permite comprenderlos como una narrativa en sí misma, como piezas necesarias de un todo. Es decir, mensajes/discursos constituidos en consignas con argumentos claros y concretos, dotados de voces enunciantoras (protagonistas vivas y muertas de abortos clandestinos; pibas luchando por el derecho a decidir sobre sus cuerpos; profesionales de la salud o la ley, dando cuenta del incumplimiento de marcos normativos vinculados a la salud sexual y (no) reproductiva; académicas, pioneras y fundadoras militantes e, incluso, la marea verde toda) y públicos destinatarios específicos a quienes interpelar (legisladores y legisladoras a convencer, integrantes de la marea verde a quienes convocar y sostener en la lucha *on y off line*, sectores opositores que defienden posiciones falsas, erróneas o basadas en intereses morales y/o religiosos particulares). De esta manera, el diseño, presentación e integración del conjunto de *hashtags* producidos por la *Campaña* en los periodos analizados conforman un discurso protagonista e imprescindible para el éxito de su comunicación para la incidencia en la construcción de los sentidos sociales.

Finalmente, alcanzada la legalización de la Interrupción Voluntaria del Embarazo, tras 15 años de acción política y comunicacional de la *Campaña*, reafirmamos el valor de los discursos y de la palabra en la disputa por el poder y la hegemonía, en la propia producción social del sentido. El discurso y las estrategias comunicacionales de la *Campaña*, como experiencia de resistencia colectiva y desde las bases, batallando contra valoraciones hegemónicas y sus múltiples formas de opresión sobre el cuerpo y la autonomía de las mujeres y personas gestantes (patriarcal, capitalista, adultista, capacitista, clasista, racista, etc), da cuenta de la posibilidad de tensar, erosionar e, incluso, provocar deslizamientos y transformar los umbrales de decibilidad (Angenot, 2010) del discurso social de una sociedad en un momento histórico determinado.

El discurso contrahegemónico, “signo no neutral” (Voloshinov, 2009) generado por la *Campaña*, se construye, sostiene y fortalece, desde su triple lema original, en 2005, “Educación Sexual para decidir, anticonceptivos para no abortar y aborto legal para no morir”, hasta sus numerosas consignas y *hashtags* expuestos a lo largo de esta investigación: “la maternidad será deseada o no será”, “aborto legal en el hospital”, #NiñasNoMadres, #AbortoLegalYa, #NosotrasDecidimos, #AbortoLegalEsVida, #AbortoLegalEsJusticiaSocial, #AbortoLegalOAbortoClandestino; #AbortoLegalYa!, etc. Mediante estas acciones, consignas y demás herramientas y estrategias de comunicación discursivas y para la incidencia, la *Campaña* logra romper con la monoacentualidad del signo

“aborto” (Voloshinov, 2009) y, de esa manera, logra visibilizar, dar a conocer una nueva significación del mismo: el acceso al aborto como derecho humano. Es, entonces, a partir de dicha apertura en el discurso social que alcanza una acción política fundamental, transformadora de la propia realidad de integrantes de la sociedad en la que se inserta. De allí la riqueza de los discursos y de su estudio, análisis, comprensión, cuestionamiento, desde las ciencias sociales.

Nuevos interrogantes

Del mismo modo que esta investigación da cuenta de las conclusiones señaladas previamente, promueve una serie de nuevos interrogantes que no pretende ni puede responder y, por tanto, señalamos en este cierre, a modo de reflexiones abiertas y para considerar, a partir de ahora, con vistas a nuevas preguntas y pesquisas.

El desarrollo, organización y estrategias de comunicación discursivas y para la incidencia desplegadas por la *Campaña por el Derecho al Aborto* resultaron en la concreción de su objetivo político. Entonces, la principal pregunta que surge ahora reside en si la réplica de esta metodología de acción política puede garantizar el éxito de la implementación efectiva de la ley sancionada. Y, vinculado a este interrogante inicial, determinar: cómo llevar adelante esta nueva etapa, en beneficio y/o acompañamiento de qué protagonistas, en qué espacios o lugares, cómo trabajar o incidir ante actores fundamentales como las obras sociales, las prepagas, los espacios de salud pública y todos/as sus profesionales, cómo intervenir ante la objeción de conciencia y otros obstáculos, como la persecución de médicos/as que efectúen dichas prácticas.

También se pueden ampliar estas inquietudes en búsqueda del cumplimiento del triple lema de la *Campaña*: cómo trabajar para garantizar la educación sexual integral en todos los niveles y establecimientos educativos, así como garantizar el real acceso a métodos anticonceptivos en espacios de salud de todo el país, al igual que una atención profesional atenta, integral, que contemple las diversidades, que posibilite la prevención de embarazos no deseados, entre otros.

Por otra parte, este estudio nos invita a reflexionar concretamente sobre el valor de la comunicación para la incidencia, como praxis comunicacional y política. A 40 años del retorno democrático en la Argentina, con la práctica política desgastada y en un momento de crisis, la comunicación para la incidencia se presenta como una experiencia visiblemente más horizontal, federal y participativa que, como tal, puede constituirse en una herramienta que brinde nuevas coordenadas para un ejercicio democrático renovado, más activo en sus discursos y más atento a las necesidades de cada sector y ámbito de desarrollo de la sociedad.

Por último, y a modo de cierre, se plantea un fuerte interrogante ante el presente de los feminismos en Argentina. Luego de la activa e inmensa movilización ocurrida en 2018, las exigencias de toma de posición de los y las candidatas al Poder Ejecutivo Nacional en la campaña electoral de 2019 y la militancia por la concreción del tratamiento y debate del proyecto en 2020 en pleno contexto de pandemia y confinamiento, con su exitoso resultado final, la efervescencia de la marea verde y de los movimientos de mujeres y disidencias mermó significativamente. Y si bien existe consenso respecto de muchas demandas que se reconocen como vigentes y necesarias para resolver, la organización, la energía y la cohesión que supo identificar y sostener a la *Campaña* y a las acciones políticas y comunicacionales de la “marea verde” en militancia por la IVE, no se han vuelto a repetir en marchas, convocatorias y encuentros en torno a efemérides y luchas feministas como por ejemplo, la problemática de la violencia de género. ¿Qué ha ocurrido? ¿Cuáles son las causas de esta meseta? ¿Qué acciones resultan necesarias activar o proponer para retornar al esplendor del ciberfeminismo y la potencia de la movilización callejera de los movimientos de mujeres, feministas y de género en Argentina? ¿De qué manera se puede renovar la motivación e impulsar demandas fundamentales para un presente y un futuro de igualdad de acceso a derechos y oportunidades? Esta tesis deja estas y otras preguntas similares abiertas a la reflexión personal y colectiva.

Fuentes utilizadas

Constituyen las fuentes de este trabajo de investigación el perfil en redes sociales de la *Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito*.

- Perfil en Twitter: [@CampAbortoLegal](#)
- Perfil en Instagram: [@CampAbortoLegal](#)

Bibliografía

- ALCARAZ, M. (2018). ¡Que sea ley! La lucha de los feminismos por el aborto legal. CABA: Marea Editorial.
- ALMA, A y LORENZO, P. (2013) Mujeres que se encuentran. Yegua Ediciones: Buenos Aires
- ANGENOT, M. (2010). El discurso social. Los límites de lo pensable y lo decible. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- ANZORENA C. Y ZURBRIGGEN R. (2013). El aborto como derecho de las mujeres. Otra historia es posible, Editorial Herramienta, Buenos Aires.
- ARÁN, P (2016) La herencia de Bajtín. Reflexiones y Migraciones. Editorial del CEA, UNC. Córdoba.
- BAREIRO, L. (2003). Los derechos reproductivos y los derechos humanos universales en Promoción y defensa de los derechos reproductivos. Promoción y defensa de los derechos reproductivos (P. 119-133) Recuperado de <https://www.corteidh.or.cr/tablas/a12755.pdf>
- BAJTÍN, M. (1982). Estética de la creación verbal. México, Siglo XXI.
- BAJTÍN, M (1982) El problema de los géneros discursivos. México, Siglo XXI.
- BELLUCI, M. (1992). De los estudios de la mujer a los estudios de género: han recorrido un largo camino. En Fernández, Ana María. Las mujeres en la imaginación colectiva. Buenos Aires, Paidós.
- BELLUCCI, M. (1997). Avatares de las conquistas de las mujeres para decidir sobre el propio cuerpo: el aborto con sus retos y sus logros en Argentina; Buenos Aires: Mimeo.
- BOIX, M. (2006): Nuevas tecnologías de la Información y la comunicación: creando puentes entre las mujeres. Mujeres en Red.
- BOIX, M. (2006). Hackeando el patriarcado: La lucha contra la violencia hacia las mujeres como nexa. Filosofía y práctica de Mujeres en Red desde el ciberfeminismo social. Revista Labrys. N°10.
- BONDER, G. (2007): Género, TIC/Sociedad de la Información en Iberoamérica. Cátedra Regional UNESCO/FLACSO.
- BOURDIEU, P (1998) El oficio de sociólogo. Buenos Aires, Siglo XXI.
- BRAIDOTTI, R. (1996). Cyberfeminism with a difference. Recuperado de http://translate.google.com.ar/translate?hl=es&sl=en&u=http://www.let.uu.nl/womens_studies/rosi/cyberfem
- BROWN, J. (2003). Transnacionalización de los derechos y ciudadanía de mujeres en Argentina. Apuntes para el debate a propósito de los derechos reproductivos. En CD II Congreso Interoceánico de Estudios Latinoamericanos. Mendoza, UNCUYO.

BROWN, J (2004). Derechos, ciudadanía y mujeres en Argentina en Política y Cultura, Primavera 2004, núm. 21, pp. 111-125. Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas, Argentina.

BROWN, J (2004). Los derechos (no) reproductivos en Argentina: encrucijadas teóricas y políticas en Cadernos Pagu, Número 30, pp: 269-300. Recuperado de <https://www.scielo.br/j/cpa/a/WGFGP76nYJbHvrCsrnDVhtv/?lang=es>

CARBAJAL, M. (2009). El aborto en debate. Aportes para una discusión pendiente. Buenos Aires. Paidós.

CASTELLS, C. (1996). Perspectivas feministas en teoría política. España, Paidós.

CHAHER, S. y SANTORO, S. (2007). Las palabras tienen sexo. Buenos Aires, Artemisa Comunicación.

CHAHER, S. (2010). El aborto vino para quedarse. Buenos Aires. Disponible en: <http://www.revistappp.com/anteriores/12/colchaher.html>

CHAHER, S. (2011). El debate por el acceso al aborto. Buenos Aires. Disponible en: <https://sandrachaher.wordpress.com/2011/09/21/el-debate-por-el-acceso-al-aborto/>

CHAVES, M. (2012) Derecho al aborto en Argentina. Diez años de lucha por la libertad de decidir en Feminismo y cambio social en América Latina y el Caribe. Ciudad Autónoma de Buenos Aires : CLACSO..

CICALECE, G. (2013). Incidencia para la comunicación. Cuadernos del Equipo del Centro de Comunicación La Crujía II. Buenos Aires. La Crujía.

CIRIZA, A (2002) Consenso y Desacuerdo. Los derechos reproductivos y sexuales como derechos ciudadanos de las mujeres en Argentina, en Revista El Catoblepas, número 9, página 18. Recuperado en <https://www.nodulo.org/ec/2002/n009p18.htm>

CIRIZA, A. (2007). ¿En qué sentido se dice ciudadanía de mujeres? Sobre las paradojas de la abstracción del cuerpo real y el derecho a decidir. En Filosofía y teorías políticas entre la crítica y la utopía, compilado por Guillermo Hoyo Vázquez. Buenos Aires, CLACSO.

CEDAW (1979). Artículo 16 "E". Recuperado de: <http://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/text/sconvention.htm>

CONFERENCIA INTERNACIONAL SOBRE LA POBLACIÓN Y EL DESARROLLO. NACIONES UNIDAS (1994). Capítulo VII. Derechos Reproductivos y Salud Reproductiva. Bases para la Acción: 7.2. El Cairo. Recuperado de: http://www.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/icpd_spa.pdf 4 Ídem 3. 14

D'ATRI, A. (2009). La agenda urgente de las mujeres. Artemisa Noticias/CLAM.

DE MORAES, D y otros (2013). Medios, poder y contrapoder. Buenos Aires. Editorial Biblos.

FACIO, A (2002). La Carta Magna de todas las mujeres. Ponencia en varios foros. San José, Costa Rica. Mimeo.

FERRARA, M (2016) Historia de los Derechos sexuales y reproductivos en la Argentina. Tesis de grado-Licenciatura en Ciencias Políticas. UNR. Recuperado de <file:///G:/Mi%20unidad/Tesis/G%C3%A9nero%20en%20gral/Tesis%20DDSSyRR%20Argentina.pdf>

ELIZALDE, S. (2007) De encuentros y desencuentros. Hacia un mapa indicial del vínculo género/comunicación. En Cuadernos Críticos de Comunicación y Cultura; Lugar: Buenos Aires; p. 15 – 40

FAUSTO-STERLING, A (2000) Cuerpos sexuados. La política de género y la construcción de la sexualidad. Barcelona: Merlucina.

FERNÁNDEZ, A. (1993). La mujer de la ilusión: pactos y contratos entre hombres y mujeres. Buenos Aires. Paidós.

FERNANDEZ HASAN, V. (2006). La construcción mediática del sentido común: Imágenes sobre los procesos de ciudadanía de las mujeres. Análisis desde una perspectiva de género. 1985/2003. Tesis Doctoral. Mendoza, UNCuyo.

FERNANDEZ HASAN, V. (2006). Los derechos reproductivos como bisagra para la ciudadanía de las mujeres. Lo público y lo privado puesto en cuestión. Revista Zona Franca. Año XIV. Nº 15. Centro de Estudios Interdisciplinarios sobre las Mujeres. Facultad de Humanidades y Artes de la Universidad Nacional de Rosario.

FERNANDEZ HASAN, V. (2007). Medios de comunicación y ciudadanía: Hegemonía y contrahegemonía desde el punto de vista de género. Revista Question Nº 13. Carrera de Periodismo y Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional de La Plata. Disponible en <http://www.perio.unlp.edu.ar/question>

FERNANDEZ HASAN, V. (2007). Una lectura feminista acerca del tratamiento de los derechos de las mujeres en la prensa argentina. En Ciriza, Alejandra (comp.): Intervenciones sobre política, memoria y ciudadanía de mujeres. Perspectivas subalternas. Buenos Aires, Editorial Feminaria. Las mujeres en los medios. ¿Qué vemos cuando nos vemos?. En Mantis. Alejandro Crimi compilador. Índice disponible en http://www.diogenes-editorial.com/wp/?page_id=5.

FERNANDEZ HASAN, V. (2009). Un acercamiento a la experiencia en clave feminista. Prácticas y usos estratégicos de la Red. Revista Temas de Comunicación. Nº 24. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela. Disponible en <http://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/temas/index.php/temas/issue/view/62>

FERNANDEZ HASAN, V. (2009). Espacio público y contradiscursos feministas en la Red. La puja entre lo global y lo local. Revista Question Nº 24. Carrera de Periodismo y Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional de La Plata. Disponible en <http://www.perio.unlp.edu.ar/question>

FERNANDEZ HASAN, V. (2011). De la perspectiva de género a la teoría feminista. Reflexiones en torno de experiencia, habitus disciplinar y construcción del objeto. Espacio público, prensa gráfica y portales en la Red. Revista Temas de Mujeres Año 7, Nº 7, Nueva Época, Universidad Nacional de Tucumán.

FERNANDEZ HASAN, V. (2011). Consideraciones sobre los feminismos en América Latina. Producción teórica y prácticas comunicacionales en la Red. En Bidaseca, Karina y Vazquez Laba, Vanesa (comp.): Feminismos y Poscolonialidad. Descolonizando el feminismo desde y en América Latina. Buenos Aires, Editorial Godot.

FERNANDEZ HASAN, V. (2013). Prioridades de agenda: la tensión redistribución/reconocimiento en la construcción de noticias. La comunicación contrahegemónica feminista on line. Revista Dos Puntas. Universidad Nacional de San Juan -Facultad de Ciencias Sociales y Universidad de La Serena - Facultad de Ciencias Sociales y Económicas. Disponible en <http://www.facso.unsj.edu.ar/revista2puntas.php>

FERNANDEZ HASAN, V. (2016). Agenda feminista y agenda de los medios. Apuntes sobre la construcción de noticias con perspectiva de género en los medios de comunicación. El caso de Argentina. Conicet Digital en https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/49397/CONICET_Digital_Nro.513a9ca4-8ba2-4527-89d3-0724ba4e4881_A.pdf?sequence=2&isAllowed=y

FERNÁNDEZ HASAN, V y GIL, A. (2019) Los hilos que nos tejen: De #NiUnaMenos a los pañuelazos. Narrativas y prácticas periodísticas feministas. En XIV Jornadas Nacionales de Historia de las Mujeres, Mar del Plata, Argentina. Intersecciones: feminismos, teorías y debates políticos. EN: Actas de las XIV Jornadas Nacionales de Historia de las Mujeres y IX Congreso Iberoamericano de Estudios de Género. Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata. En Memoria Académica.

FERNÁNDEZ HASAN, V (2018). Experiencias de metodologías críticas para la producción de conocimiento: Narrativas feministas para la incidencia en clave de testimonios. En Religación. Revista de Ciencias Sociales Y Humanidades. Vol 3, Nº 9, Quito. pp. 60-72 • ISSN 2477-9083

FINQUELIEVICH, S. (2002). Hacia una nueva ciudadanía: Argentina y sus TICs, en Enredando, <http://www.enredando.com>, Núm. 305- 57º de la 4ª versión.

FM LA TRIBU –LA MAR EN COCHE- (Productor). (Noviembre de 2020) Es urgente [Audio en podcast]. Recuperado de <https://open.spotify.com/episode/0ZjeHvDOMzZTmTSl6dG0Nq>

FRASER, N. (1992). Repensando la esfera pública: una contribución a la crítica de la democracia actualmente existente. En Craig Calhoun (comp.), Habermas y la esfera pública, Cambridge, Massachusetts and London, England, The MIT Press.

FUNDACIÓN SES. (2004). Las organizaciones de la sociedad civil y la incidencia en las políticas educativas en América Latina. Nuevos desafíos para emprendedores sociales de Organizaciones No Gubernamentales Memorias del Encuentro Latinoamericano de Fellows de ASHOKA sobre Incidencia en Políticas Públicas. Buenos Aires. Disponible en: http://fundses.org.ar/archi/incidencia_en_politicas_publicas.pdf

GIL, A. (2008). Estereotipos de género y sentido común dominante en la prensa gráfica mendocina. Tesis de Licenciatura. Mendoza; FCPyS-UNCUYO.

GIL, A. (2014). La Violencia de Género en los Diarios Clarín y La Nación. De Sentidos Hegemónicos y Usos Políticos. Revista Comunicación Y Medios, N. 30, Instituto de la

Comunicación e Imagen. Universidad de Chile. Disponible en:
<http://www.comunicacionymedios.uchile.cl/index.php/RCM/article/view/32377>

GIL, A. (2011). Mujeres y Medios. Reproducción de la otredad. Pacarina. Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales. N°2. Salta, Argentina. PP. 139-152.

GIL, A. (2012). Las nuevas políticas de comunicación en América Latina: el impacto en los temas de género. En CD de actas del XI Seminario Argentino Chileno y V Seminario Cono Sur de Ciencias Sociales, Humanidades y Relaciones Internacionales. Mendoza, Centro de Estudios trasandinos y latinoamericanos. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNCuyo.

GIL, A (2013). La violencia de género en los medios: entre leyes, Políticas y prácticas mediáticas. Revista Dos Puntas. Año V. N° 7. San Juan, Argentina. PP 101-112

Gil, A. (2016). Los sentidos de la violencia de género en la prensa argentina 2010-2013 Tesis doctoral inédita. Mendoza: Universidad Nacional de Cuyo. Secretaría de Ciencia, Técnica y Posgrado, ISBN 978-987-575-136-1. Disponible en:
<http://bdigital.uncu.edu.ar/7427>

Gil, A. y Encinas, N. (2016). Observatorio de medios sobre la problemática del aborto: una experiencia de investigación feminista/de género en comunicación, en Actas del V Encuentro Latinoamericano de Metodología de las Ciencias Sociales.

GONZÁLEZ PRADO, P. (2018) Aborto y la autonomía sexual de las mujeres. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ediciones Didot.

GRAMSCI, A (2011). Antología. Selección, traducción y notas de Manuel Sacristán. Buenos Aires: Siglo XXI.

GUTIERREZ, M. (2014). Aborto y ciudadanía: la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito en Argentina. Disponible en:
<http://espaciospoliticos.com.ar/aborto-y-ciudadania-la-campana-nacional-por-el-derecho-al-aborto-legal-seguro-y-gratuito-en-argentina/>

HARAWAY, D (1991). «Genero» para un diccionario marxista: La política sexual de una palabra. Virtual de Ciencias Sociales. Disponible en www.cholonautas.edu.pe

HARAWAY, D. (1995). Conocimientos situados: la cuestión científica en el feminismo y el privilegio de la perspectiva parcial en Ciencia, cyborgs y mujeres. La reinención de la naturaleza. Madrid, Cátedra Feminismos.

HARDING, S. (1999). ¿Existe un método feminista? En Bartra, Eli: Debates en torno a una metodología feminista. México, Universidad Autónoma Metropolitana. Col. Ensayos, UAM-Xochimilco.

HARTCOURT, W. y ESCOBAR, A. (1991). Mujeres y política de lugar. PRIGEPP/FLACSO.

HERNÁNDEZ DE TORO, J. (2010). Hacia un concepto de incidencia social y política como reto para las organizaciones no gubernamentales para el desarrollo del siglo XXI, en Revista de Fomento Social n° 257 (enero-marzo 2010), pp. 57-86. Disponible en

<http://www.revistadefomentosocial.es/index.php/numeros-publicados/35-no-257-enero-marzo-2010/57-hacia-un-concepto-de-incidencia-social-y-politica-como-reto-para-las-organizaciones-no-gubernamentales-para-el-desarrollo-del-siglo-xxi>

INFANTE, L. y NUÑEZ, J. (2022) Modalidades de reconocimiento, trayectoria profesional y posición política en el campo periodístico argentino. Revista de Comunicación de la SEECI, 55, 75-99. <http://doi.org/10.15198/seeci.2022.55.e770>

LAMAS, M. (1994). Cuerpo: diferencia sexual y género en Debate Feminista, Año 5, Vol. 10, septiembre.

LAUDANO, C. y CHAHER, S. (2010). Cobertura mediática de derechos sexuales y reproductivos: un discurso en transformación, en Las palabras tienen sexo II. Artemisa Comunicaciones. Disponible en: <http://doctoradosociales.com.ar/wp-content/uploads/2013/04/laspalabrastienensexoII-LAUDANO-pp40.pdf>

LAUDANO, C. (2018). Acerca de la apropiación feminista de TICS. En Argentina: Medios de comunicación y Género. ¿Hemos cumplido con la plataforma de acción de Beijing?. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Comunicación para la Igualdad Ediciones

LAUDANO, C (2018) Aborto y redes: el debate por #AbortoLegal. Sociales en debate. En Memoria Académica. Disponible en: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.12084/pr.12084.pdf

LAUDANO, C (2019). Acerca del uso estratégico de TIC en movilizaciones feministas. EN: A. Rivoir y M. Morales (Coords.). Tecnologías digitales: Miradas críticas de la apropiación en América Latina. Ciudad Autónoma de Buenos Aires; Montevideo : CLACSO ; RIAT. pp. 357-369. En Memoria Académica. Disponible en: <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.3712/pm.3712.pdf>

LAUDANO, C y otros/as (2019) AbortoLegalYa! A tuitear, vamos a tuitear.... En XIV Jornadas Nacionales de Historia de las Mujeres, Mar del Plata, Argentina. Intersecciones: feminismos, teorías y debates políticos. EN: Actas de las XIV Jornadas Nacionales de Historia de las Mujeres y IX Congreso Iberoamericano de Estudios de Género. Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata. En Memoria Académica. Disponible en: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.13834/ev.13834.pdf

LAUDANO, C (2021) Ciberfeminismo en Nuevo Diccionario de Estudios de Género y Feminismos. CABA: Biblios.

LEVIN, S (2006). "Los derechos de ciudadanía sexuales y reproductivos de la mujer en Argentina: 1990 – 2005. Tesis doctoral. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Sede Académica Argentina

MARRADI, Alberto y otros (2010). Metodología de las ciencias sociales. CENGAGE Learning.

MOGABURO, Y.; MORAGAS, F. Y PÉREZ, S. (2013). El derecho al aborto en cuestión. El aborto no punible en la prensa argentina: voces y alineamientos, en El aborto como derecho de las mujeres. Otra historia es posible, Herramienta.

- MORÁN FAÚNDES, J. (2015). Argumentos a favor del derecho a decidir. Córdoba. Católicas por el Derecho a Decidir Argentina.
- NATANSOHN, G. (2013). Internet en código femenino. Teoría y Prácticas. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- OBSERVATORIO DE SALUD SEXUAL Y REPRODUCTIVA DE LA ARGENTINA (2022) Línea de tiempo: la historia de la salud sexual y reproductiva en la Argentina. Recuperado el 10 de enero de 2022 en <https://www.ossyr.org.ar/linea-de-tiempo.html>
- PAGOLA, L. (2008). Las mujeres y la tecnología. Nosotras en Red.
- REDAAS, ELA y CEDES (2018) Monitoreo del debate sobre legalización del aborto en Argentina. Informe 1, 2 y 3 –Cámara de Diputados. Disponible en <https://www.redaas.org.ar/nuestro-trabajo-documentos>
- REDAAS. (2019). De la Clandestinidad al Congreso. Un análisis del debate legislativo sobre la Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo en Argentina.
- PORTELLI, H. (1974). Gramsci y el bloque histórico. Buenos Aires, Siglo XXI.
- RODRÍGUEZ ESPERÓN Y VINELLI. (2004) Contrainformación. Medios alternativos para la acción política. Buenos Aires, Ediciones Continente.
- ROSENBERG, M Y SCHVARTZMAN, E. (2014) La Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito. La lucha por el derecho al aborto: una deuda de la democracia. Revista Voces en el Fénix N° 32. Disponible en: www.abortolegal.com.ar/wp-content/uploads/2014/04/17_5.pdf
- ROVETTO, F. (2013). La despenalización del aborto en la prensa argentina: enfoque y tratamiento de los fundamentos de la Campaña nacional por el Derecho al aborto legal, seguro y gratuito, en El aborto como derecho de las mujeres. Otra historia es posible, Herramienta.
- QUIROZ BARCO, E. (2007). Manual de Incidencia política y pública, en Haciendo oír nuestras voces. Perú. Disponible en: http://www.salgalu.tv/unesco/materiales/7manual_incidencia.pdf
- SALVARREDI, F y GÓMEZ, M. (2019). Consideraciones preliminares sobre los conceptos de discurso e ideología en las teorías de Eliseo Verón y Valentín Voloshinov en MILLCAYAC - Revista Digital de Ciencias Sociales / Vol. VI / N° 10. ISSN: 2362-616x. (pp. 291-306). SIPUC. FCPyS. UNCuyo. Mendoza. En <file:///C:/Users/Jimena%20Marin/Downloads/Dialnet-ConsideracionesPreliminaresSobreLosConceptosDeDisc-6868100.pdf>
- SAUTU, Ruth (2005). Todo es teoría: objetivos y métodos de la investigación. Lumiere.
- SCHEIDER, S. (2012). Legal, seguro y gratuito. Una deuda de la democracia. Disponible en: <http://www.abortolegal.com.ar/wp-content/uploads/2012/06/texto-completo-aborto-jornadas-mar-del-plata.pdf>

SHLEYNER, E (2021) 19 métricas de redes sociales que realmente importan y cómo darles seguimiento en Hootsuite en <https://blog.hootsuite.com/es/metricas-de-redes-sociales/>

SEBASTIANI, S. (2017) #Aborto legal y Seguro. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós.

SCOTT, J. (1990). El género: una categoría útil para el análisis histórico. En VVAA: Historia y género: las mujeres en la Europa Moderna y contemporánea. Ed. Alfons el Magnanim.

THOMPSON, J. (1998). La transformación de la visibilidad. En Los Media y la Modernidad. Barcelona, Paidós.

TOMAS, D (2019) Las 23 métricas más importantes en marketing digital en Cyberclik en <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/las-23-metricas-mas-importantes-en-marketing-digital>

URANGA, W (2013). Comunicación, incidencia política y planificación. Universidad Nacional de La Plata / Universidad de Buenos Aires / Universidad Nacional de San Luis. <https://doi.org/10.24215/24517836e002>

VANCE, C. (1989) Placer y Peligro. Explorando la sexualidad femenina. Madrid. Talasa Ediciones SL.

VERÓN, E. (1974). Comunicación de masas y producción de ideología: acerca de la constitución del discurso burgués en la prensa semanal. Revista Latinoamericana de Sociología. (Nueva Época, 1) 9-42. Paidós.

VERÓN, E. (2002). Construir el acontecimiento. Barcelona, Gedisa.

VERÓN, E. (2004). Fragmentos de un tejido. Barcelona, Gedisa.

VINELLI, N (2018) "Nuevos escenarios de la comunicación alternativa en lo que va del siglo XXI" en Revista Voces en el Fénix. Facultad de Ciencias Económicas. UBA. Disponible en <https://vocesenelfenix.economicas.uba.ar/nuevos-escenarios-de-la-comunicacion-alternativa-en-lo-que-va-del-siglo-xxi/>

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

WASSERMAN, S. y FAUST, K. (2013) Análisis de redes sociales: Métodos y aplicaciones. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. [ISBN 978-84-7476-631-8](#). [OCLC 871814053](#).

WILLIAMS, R. (1980). Marxismo y Literatura. Barcelona, Península.

Anexos

Planilla de recolección de datos en redes sociales

Fecha				Red Social:			
Link Hora	Mensaje	Formato	Edor	Dtario	Componentes Elementos discursivos	Estrategia de incidencia	Valores de interacci ón