



ESTUDIOS SOCIALES
CONTEMPORÁNEOS

ISSN 1850-6747

Género, política y televisión: retratos de la audiencia de la Rai en la Argentina¹.

Gender, politics and television: portraits of Italian broadcaster's audience in Argentina



María Soledad Balsas

CONICET. Instituto Multidisciplinario de Historia y Ciencias Humanas (IMHICIHU)

msbalsas@conicet.gov.ar

Enviado: 21/07/2015

Aceptado: 13/11/2015

I Este artículo se inscribe en el ámbito del proyecto “Medios, migraciones y construcción de ciudadanía externa: televisión transnacional y participación política de los ciudadanos italianos en Buenos Aires”, con sede en el Instituto Multidisciplinario de Historia y Ciencias Humanas (IMHICIHU) del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), Argentina.

María Soledad Balsas; “Género, política y televisión: retratos de la audiencia de la Rai en la Argentina”, en Revista de Estudios Sociales Contemporáneos n° 13, IMESC-IDEHESI/Conicet, Universidad Nacional De Cuyo, 2016, pp. 122-133



Resumen

La difícil relación entre género, política y televisión es bien conocida en Italia. Sin embargo, las características que asume para el caso específico de los/as residentes en el exterior, en general, y en la Argentina, en particular, no han sido hasta ahora problematizadas. El objetivo de este artículo es contribuir a conocer mejor dicha relación en el marco del derecho al voto de la ciudadanía externa a partir de 14 entrevistas realizadas a representantes de ambos géneros residentes en Buenos Aires. Los resultados confirman la existencia de un acceso desigual a la información de uso público mediante la televisión transnacional en base al género, que resulta oportuno revisar como estrategia táctica contra la despolitización.

Palabras clave: Género, Derecho a la información, Ciudadanía externa, Argentina, Italia.

Abstract

The difficult relationship on gender, politics and television is well-known in Italy. However, its specific traits in the case of Italian residents abroad, and more specifically, of those living in Argentina, have not been studied yet. Based on 14 interviews conducted with male and female Italian residents in Buenos Aires, the goal of this article is to contribute to know better such a relationship in the context of the enfranchisement of external citizens. The findings confirm the existence of gender inequalities to access public information through Italian broadcaster in Argentina, to be revised in order to avoid depoliticization.

Keywords: Gender, Right to information, External citizenship, Argentina, Italia.





1. Introducción

Según un estudio conducido por Curran (2012), las mujeres en Italia, así como en Australia, Canadá, Colombia, Grecia, Japón, Corea, Noruega, Reino Unido y Estados Unidos muestran saber menos sobre política que los hombres. La menor predilección femenina por las noticias puede ser asociada a los sesgos en los contenidos informativos, al menor tiempo libre a disposición debido al trabajo doméstico no retribuido, a la persistencia de normas y expectativas heredadas del pasado y a su menor representación en los servicios televisivos. Sobre esta base, argumenta la existencia de un círculo virtuoso entre la visión que se tiene sobre la propia influencia, la búsqueda de información y la adquisición de conocimientos políticos. Dicha relación es confirmada por Verba, Burns y Scholzman (1997), según los cuales las mujeres se interesan más en la política cuando son mujeres quienes la realizan.

Si bien la difícil relación entre género, política y televisión es bien conocida en Italia, las características que asume para el caso específico de las ciudadanas italianas residentes en el exterior no ha sido hasta ahora suficientemente estudiada. Teniendo en cuenta que la televisión no se proyecta en un vacío social y cultural (Grimson y Varela, 1999), resulta interesante analizar dicha relación a la luz del contacto con una cultura política femenina local que encuentra –aunque de manera no uniforme– expresión en las diversas estructuras de poder estatales¹. La elección del caso argentino se fundamenta, asimismo, por la escasa (auto)

¹ La ley 24.012 prevé que el treinta por ciento –como mínimo– de los candidatos con posibilidad de resultar elegidos en las listas electorales sean precisamente mujeres. De este modo, la Argentina se convirtió en el primer país a nivel mundial en implementar el sistema de cuotas.

representación conseguida en el Parlamento italiano², no obstante se trate del país con mayor cantidad de italianas inscriptas al *Anagrafe degli Italiani Residenti all'Estero* (AIRE)³.

Este artículo se inscribe en el ámbito del proyecto “Medios, migraciones y construcción de ciudadanía externa: televisión transnacional y participación política de los ciudadanos italianos en Buenos Aires”, con sede en el Instituto Multidisciplinario de Historia y Ciencias Humanas, CONICET, Argentina. El mismo busca echar luz sobre la compleja conexión cívica que los/as ciudadanos/as italianos/as residentes en Buenos Aires parecen tener con Italia. La hipótesis principal que guía la investigación hace referencia al empleo de políticas televisivas que inciden negativamente en la configuración de una ciudadanía externa activa. Aunque no es posible establecer una relación lineal entre la exposición a la información de interés público y la efectiva participación política, se asume junto con Dahlgren (2009) que dicha exposición representa un pre-requisito indispensable.

2 De las siete listas presentadas en las elecciones de 2013 en “América Meridional”, cuatro –Movimiento Associativo Italiani all'Estero, Partito Democratico, Italiani per la libertà e Unione Sudamericana Emigrati Italiani– no incluyen candidatas al Senado y el Movimento 5 Stelle no presenta candidatas mujeres. De los/as 16 representantes electos/as en la misma repartición desde la institución del voto por correspondencia, sólo tres son mujeres y sólo una reside en la Argentina. Fuente: Archivio Storico delle Elezioni, Ministero dell'Interno. Disponible en: <http://elezionistorico.interno.it/> (22 julio 2015).

3 Se registran 394.982 italianas inscriptas al AIRE en la Argentina, es decir el 52,4 por ciento del grupo. Fondazione Migrantes, *Rapporto Italiani nel Mondo*, Roma, Tau Editrice, 2015.





2. Antecedentes

Iniciativas de diversa índole coinciden en señalar la existencia de una compleja relación entre género, política y televisión en Italia. La misma se caracteriza por: i) la disparidad en la distribución de los encuadres por género, que en el caso de las mujeres tienden a exaltar su cuerpo; ii) la exigua cantidad de mujeres citadas en calidad de expertos, en particular en relación a determinados temas (Rai - *Osservatorio di Pavia*, 2014); iii) la prevalente visibilización de la mujer a partir de roles comunes y anónimos (Siliato, 2001); iv) la escasa representación de las mujeres en los programas políticos de opinión (Capecchi y Pallotta, 2006); y v) el predominio de funciones femeninas meramente decorativas en ellos (*Ministero per le Pari Opportunità-Ministero delle Comunicazioni*, 2004). Por otra parte, la mejor representación lograda en los noticieros no implica con frecuencia un mayor poder de decisión (Buonanno, 2005). Por lo general, estos estudios se encuentran motivados por el desfavorable contraste entre la situación italiana y el resto de los países europeos, observada asimismo por el *Osservatorio Europeo sulle Rappresentazioni di Genere*.⁴

Sin embargo, los estudios sobre la recepción televisiva no han recibido la misma atención que aquéllos dirigidos a analizar los textos televisivos. En particular, las investigaciones inspiradas en los estudios culturales británicos resultan todavía escasas en el ámbito italiano⁵. Siguiendo a Couldry, “las representaciones importan y tienen consecuencias: consecuencias que pueden ser aprehendidas sólo indagando qué hacen, piensan y dicen los/as televidentes en relación a ellas” (Buonanno,

2014: 22; traducción propia). Al respecto, es interesante observar que, según una investigación realizada por el *Istituto Nazionale di Statistica*, la política es percibida por la mayoría de las mujeres italianas como una dimensión lejana de sus propios intereses. En efecto, el 35,6 por ciento declara no informarse nunca sobre política (Sabbadini, 2006). La situación observada se torna particularmente crítica en el caso de los programas pertenecientes al género informativo. En palabras de Cornero (2001), se aprecia un evidente desequilibrio en los estudios referidos a los géneros dramáticos respecto al “factual”. Siguiendo a Buonanno (2014), el principal desafío de los estudios sobre los medios de comunicación desde una perspectiva de género consiste precisamente en priorizar el conocimiento de las audiencias.

En el caso específico de la ciudadanía externa, la relación entre género, política y televisión ha sido –acaso continúa siendo– mayormente ignorada. Podría argumentarse que esto se deba, por un lado, al rol marginal reconocido tradicionalmente a la información política dirigida a los residentes en el exterior (Anania, 2009), y, por otro lado, a la tardía preocupación por las cuestiones de género en los estudios migratorios (Padilla, 2013; Cattarulla y Magnani, 2004).

Desde la perspectiva de las condiciones de producción de los textos televisivos, durante la fase exploratoria de la presente investigación se realizó un análisis de la programación de Raitalia I. El período estudiado comprende del 27 de febrero al 14 de marzo de 2014, momento que coincide con las sucesivas discusiones en la Cámara de Diputados del Parlamento italiano sobre la reforma electoral, en especial sobre las denominadas “cuotas rosa”. Del corpus analizado emerge que la grilla de programación de Raitalia I no incluye los contenidos de *Rai Parlamento*. Asimismo, los programas informativos y de opinión política resultan completamente desfasados con respecto al huso horario local. Por últ-

4 Fuente: http://www.osservatorio.it/cont/oerg/oerg_presentazione.php (27 de agosto 2015).

5 Fuente: http://www.osservatorio.it/cont/gender/cultural_studies.htm (1° de octubre 2015).





imo, en los programas dedicados a los/las italianos/as en el exterior los temas relativos a la política no están, por lo general, incluidos. En ellos, los italianos en la Argentina, en general, y las mujeres, en particular, resultan escasamente representados (Balsas, 2014). Desde el punto de vista de las condiciones de reconocimiento, se destacan dos investigaciones (in)directamente relacionadas al tema de interés. Según un estudio conducido por Chianese (2006) en las ciudades de Buenos Aires y Mar del Plata entre noviembre de 2003 y septiembre de 2005, se registra una gran confusión sobre el voto por correspondencia entre el electorado, producto del escaso conocimiento de la política italiana que afecta sobre todo a las mujeres entre 26 y 65 años. En 2006, un estudio de características similares fue realizado en la ciudad de Buenos Aires. Los resultados evidencian que son los hombres, en particular entre 36 y 50 años de edad, quienes consideran conocer la historia política italiana.

Asimismo significativos resultan en este ámbito los resultados de una encuesta realizada por el *Centro Altretalie* en 2008. La misma se basa en un cuestionario en línea dirigido a mujeres de origen piamontés residentes en la Argentina. Aunque se advierte cierta conciencia sobre el inadecuado cumplimiento del derecho a la información y a la comunicación a través de la concesionaria pública italiana, en líneas generales el canal internacional de la Rai es apreciado por las encuestadas en términos “afectivos” antes que como fuente de comunicación política. Por otra parte, es interesante notar que el 80 por ciento de las 835 participantes considera que en la Argentina existe una mayor paridad entre los géneros con respecto a Italia. En este mismo sentido, es elocuente la opinión de algunas encuestadas según la cual la televisión italiana proyecta roles de género estereotipados (Tirabassi, 2010).

En la Argentina, si bien se registra una temprana preocupación por la recepción televisiva y, aunque la tradición culturalista ha contribuido de manera decisiva en

los debates sobre el tema, las discusiones han resultado más conceptuales que empíricas (Grimson y Varela, 1999). En este contexto, no sorprende que los estudios sobre medios de comunicación y migraciones internacionales en la Argentina no hayan problematizado la recepción televisiva. Menos aún desde una perspectiva de género. De ahí la originalidad y pertinencia de un esfuerzo que busca contribuir en sendas direcciones a fin de lograr una mayor sistematización e institucionalización de un campo de estudio en el que las contribuciones en castellano son visiblemente minoritarias si relacionadas a las publicaciones en francés e inglés. Podría argumentarse que el uso de la lengua no resulta fortuito: ilumina determinados problemas y grupos en detrimento de otros. Es por eso que se advierte la necesidad de aportar a la diversificación de la mirada a través de la focalización en colectivos y realidades diferentes.

3. Cuestiones metodológicas

Los antecedentes descriptos en el apartado anterior así como los resultados de la etapa previa de la presente investigación, basados en un cuestionario en línea autosuministrado, indican la necesidad de conocer mejor las relaciones que los/las italianas/os establecen con la televisión pública italiana en la Argentina a partir del género al que pertenecen. A pesar del consenso existente entre los estudiosos de la comunicación en torno a la insuficiencia del mapeo del acceso y del consumo mediáticos, en el marco del presente proyecto fue considerado un esfuerzo necesario dada la escasez de información científicamente confiable.

En la fase actual, el objetivo es explorar los motivos por los cuales las italianas residentes en Buenos Aires utilizan menos Rai Italia I respecto de sus pares varones como fuente para mantenerse informadas. A tal fin, fueron realizadas 14 entrevistas -10 mujeres y 4 hombres- con el doble propósito de recuperar la dimensión relacional y dar cuenta de la desigualdad entre ambos





sexos (Rosas, 2010). La elección de la entrevista está informada por la intención de captar los sentidos que los y las participantes otorgan a los textos televisivos antes de someterlos a la discusión grupal, prevista en la siguiente fase de esta misma investigación. En todos los casos, se trata de personas que respondieron la encuesta en línea. Basadas en un cuestionario compuesto por 23 preguntas abiertas organizado en 5 subgrupos temáticos, las entrevistas fueron llevadas a cabo durante el mes de julio de 2015 a través de *chat* y/o correo electrónico. Aunque hubiese sido deseable realizar las entrevistas cara a cara, se optó por la versión “mediada” para alcanzar personas geográficamente distantes.

El análisis del relato de los y las participantes fue realizado según los lineamientos de la perspectiva semiótico/narrativa en la que se inscribe Arfuch (2002). La autora señala la necesidad de considerar al otro no simplemente como un “caso” o como un “informante”, sino como *un interlocutor* cuya narrativa pueda aportar, en un universo de voces confrontadas, a la inteligibilidad de *lo social*. Tampoco recomienda ejercitar una lectura traslativa por la cual los casos se tornen simplemente pruebas para una demostración. Luego, alerta sobre los riesgos de privilegiar el “contenido” de los enunciados y atender sólo a *lo dicho*: el silencio, el corte, el cambio de tema, la omisión son también significativos. Por último, postula la utilidad de confrontar voces y relatos simultáneos, tanto durante la escucha como durante el momento analítico/interpretativo.

4. Análisis del corpus

Al ser consultado por los motivos por los cuales las mujeres en la Argentina utilizan menos que los hombres Raitalia I para mantenerse informadas, un entrevistado responde:

[...] la RAI dedica mucho tiempo a la política. No es común que la mujer se interese en eso. [...] Es bastan-

te nueva la incursión femenina en política. Pero además en Italia creo que sigue siendo tema de hombres. [...]. Por otra parte pareciera que para la mujer todo es cocina. [Interrupción]. Creo que ahora recién están dejando que ocupen lugares de decisión, antes sólo maquillaban. [...] Acá evidentemente se produjo un vuelco más rotundo (hombre, 56 años).

Sin embargo, antes que como un cambio genuino, dicho “vuelco” es asociado a “la tradición caudillesca [sic] y conservadora de la Argentina”: “[p]areciera que el poder es un bien hereditario. Italia es mas [sic] representativa [...] son contados los casos genuinos y x [sic] lo general producto de un gran formación conseguida a partir de competir y revelarse contra los mandatos” (ibídem). Al respecto, otra entrevistada opina:

creo que en Italia se respetan, por ejemplo, los cupos femeninos en los distintos ámbitos políticos. Cuando fui “consigliere” del COMITES se respetaban los lugares destinados a las mujeres. Eso me parece muy importante para la representatividad del género como también para la construcción política. En Argentina, con el pasar de los años, las mujeres están ocupando puestos importantes y de dirigencia. Creo que aún en el congreso [sic] de la Nación o en los Consejos Deliberantes municipales no se establece este tipo de cupo femenino. Deberíamos aprender de Italia (mujer, 44 años).

Su conclusión es en parte relativizada cuando explica las causas de su merma de participación en la política italiana: “me sentí un poco defraudada por distintas situaciones que ocurrieron dentro del partido [Democrático], a nivel local y nacional [...]” (mujer, 44 años). Volviendo al menor uso femenino del canal internacional de la Rai para el continente americano como fuente de información, varios entrevistados identifican la causa con el telespectador modelo que la señal construye: “considero que ello se origina en el perfil de la programación de RAI *International*” (hombre, 52 años), que





privilegia la información política y el fútbol (hombre, 51 años; mujer, 30 años). Esta visión es asimismo compartida por otra entrevistada, para la cual

[e]l desinterés de algunas mujeres por la RAI podría deberse a la falta de identificación en los programas emitidos; y/o por la oferta televisiva restante, es decir, por la preferencia de las otras señales en competencia con la televisión italiana; y/o simplemente por la ausencia de promoción de los distintos programas dirigida a informar y captar la atención del público femenino (mujer, 50 años).

Aunque este testimonio introduce algunos aspectos nuevos –la competencia con otros canales y la estrategia de promoción–, confirma las apreciaciones anteriores, poniendo en evidencia la percepción de políticas de programación que resultarían inapropiadas desde el punto de vista del público femenino en particular.

En términos de Morley (en Grimson y Varela, 1999: 21), mientras para los varones el hogar constituye tendencialmente un espacio de ocio opuesto al trabajo que posibilita una mayor concentración en el consumo televisivo, para las mujeres, aun cuando se desempeñen laboralmente fuera del hogar, constituye por lo general un ámbito de trabajo del que tienden a abstraerse a través de la televisión sólo de manera distraída y culpable. Acaso estos argumentos podrían resultar útiles para explicar el relato de una entrevistada que reconoce que “a las mujeres no nos interesa la televisión para informarnos, sino para entretenernos. Quizás preferimos informarnos por otros medios (radio, diarios)” (mujer, 61 años). Si bien los medios de comunicación preferidos en cada caso cambian, la predilección por otros medios es compartida por mujeres de diversas edades: “a mí la RAI no me mantiene informada, porque los programas de noticias son muy breves. Para informarme consulto portales de noticias en internet” (mujer, 25 años). Pero tal como se desprende del testimonio de otra entrevistada, sería reductivo establecer identi-

ficaciones unívocas entre edad, género y tecnologías de la comunicación, como con frecuencia sucede:

[m]e sorprende que en la Argentina las mujeres vean el canal de televisión de la Rai menos que los hombres. En mi caso, yo lo veo siempre cuando enciendo el televisor, es decir en determinados horarios. Me interesan los noticieros, los debates políticos y de actualidad como *Ballarò*, *Porta a Porta*, y también *Elisir*. Me gusta *Tale e Quale*, *il Commissario Montalbano*, algunas series como *Una Grande Famiglia*, *Un Posto al Sole*, y programas culturales como *La consegna dei Nastri d'Argento*, entrevistas a escritores, *Super Quark*, los programas históricos como los de las dos guerras mundiales, que me apasionan, además de los programas sobre las tradiciones de las distintas localidades italianas y de los paisajes de nuestro *Bel Paese*. Sigo también el programa *Community*, conducido por Alessio Aversa, que es muy bueno y simpático y, cuando puedo, también el programa gastronómico de Antonella Clerici. Todo esto compatiblemente con mis compromisos y con las muchas horas que dedico a la lectura de libros y diarios y a escribir, a mantener mis contactos por computadora y a navegar y a leer en línea (mujer, 87 años; traducción propia⁶).

6 [m]i stupisce che in Argentina le donne vedano il canale TV della RAI meno degli uomini. Per quel che mi riguarda io lo vedo sempre quando accendo il televisore, cioè in determinati orari. Mi interessano i TG, i dibattiti politici e di attualità, come *Ballarò*, *Porta e [sic] Porta*, anche *Elisir*, mi piace *Tale e Quale*, *il Commissario Montalbano*, qualche fiction come *Una Grande Famiglia*, *Un Posto al Sole*, e programmi culturali come *La consegna dei Nastri d'Argento*, interviste a scrittori, *Super Quark*, le rievocazioni storiche anche quelle delle due guerre mondiali, che mi appassionano nonché i programmi sulle tradizioni delle varie località italiane, e dei paesaggi del nostro *Bel Paese*. Seguo anche il programma *Community*, condotto da Alessio Aversa, che è molto bravo e simpatico e, quando posso, anche il programma gastronomico di Antonella Clerici. Tutto ciò compatibilmente con i miei impegni e con le molte ore che dedico alla lettura di libri e giornali ed a scrivere, a mantenere i miei contatti al computer e a navigare e a leggere on line.





Estas afirmaciones ponen en evidencia el potencial que la televisión tiene para crear sistemas o modelos informativos que contribuyan a erosionar la histórica separación de las esferas de presencia, acción e información por las cuales la construcción social de lo femenino ha sido tradicionalmente asociada a la segregación doméstica y la de la masculinidad al dominio de lo social (Meyrowitz en Buonanno, 2014: 14).

La cita anterior es asimismo útil para confrontar la interpretación de otra entrevistada:

[e]n general en las últimas inmigraciones en los años '50 y '60, los inmigrados eran de bajo nivel educativo, y con un [sic] marcada impronta machista, que suponía para la mujer un rol menor. A mayor nivel intelectual, más necesidad de informarse (mujer, 57 años).

Desde este punto de vista, la menor predilección femenina por los programas informativos y de opinión política transmitidos a través de *Railitalia I* se debería a un problema de educación. En esta apreciación subyace una relación de causalidad entre migración italiana, bajo nivel de educación y propensión al machismo. Se trata de un estereotipo muy arraigado en la sociedad argentina, cuyas consecuencias serían reconocibles aún en la actualidad. Excepto por el hecho que corresponde al relato de una migrante llegada a la Argentina en 1952, el discurso más arriba citado coincide con la hipótesis según la cual la necesidad de informarse sería directamente proporcional al nivel intelectual/de educación. Por otro lado, es interesante notar que las opiniones de uno entrevistado que desempeña tareas altamente calificadas contradicen la presunta causalidad entre el nivel de educación alcanzado y las actitudes machistas. Según enuncia, "los hombres son más activos que las mujeres para participar en los canales de comunicación" (hombre, 69 años):

[...] la cantidad de Premios Nobel otorgados a varones supera enormemente al de mujeres. La cantidad [sic]

de líderes [sic] (presidente, primer ministro, etc.) de varones supera con creces el de mujeres en el mundo. La cantidad de CEOs en empresas es mayor en número [sic] de varones que de mujeres. ¿Es casual o causal? La supremacía [sic] del hombre sobre la mujer en esas [sic] y otras áreas [sic] es incuestionable. Idem [sic] en muchas actividades deportivas, militares, etc. No digo que sea bueno o que sea malo. Es la realidad (ibídem).

Dada la masiva presencia de migrantes italianos, la situación entre Italia y la Argentina –argumenta– sería "bastante similar". Sin embargo, se cuestiona: "¿Existe o existió [sic] una presidente o primer ministro mujer en Italia?". E inmediatamente concluye: "[...] la experiencia en Argentina de las dos presidentas mujeres desde 1810 fue desastrosa".

En tercer lugar, se identifica la "falta de tiempo" como denominador común de un conjunto de relatos: "yo leo uno o dos diarios italianos en el día y, cada tanto, escucho un *telegiornale*, por un tema de tiempo" (mujer, 57 años; cursiva propia); "[...] no tengo el tiempo necesario para mirar la tv. [Aclaración: "tengo dos hijos pequeños y sinceramente poco tiempo para mirar la tv"]" (mujer, 44 años). Las limitaciones temporales parecen ser vividas de distinto modo por mujeres y hombres, en cuyos testimonios están completamente ausentes. Parafraseando a Curran (2012), la conciliación entre tareas domésticas y laborales dejaría poco espacio para ver la televisión, en particular si (trans)nacional. Prueba de ello son los resultados de la fase precedente de esta misma investigación, durante la cual la televisión argentina resultó ser la principal fuente de información para la mayoría de los/as participantes, incluso para las mujeres. Si bien no se dispone de la evidencia necesaria para afirmarlo, podría hipotetizarse que la escasez de tiempo a disposición torna selectivo el consumo televisivo. De hecho, son las entrevistadas que se encuentran en el ciclo de vida (re)productivo quienes evidencian menos interés por el canal internacional de la Rai. Lamentablemente, tampoco se disponen de testimonios





masculinos de adultos jóvenes para establecer una comparación. Luego, si a las limitaciones temporales se añade una estrategia televisiva que organiza la programación en función del huso horario de Nueva York, dos horas antes respecto del huso local (Balsas, 2014), las dificultades para acceder a la información de interés público se tornan todavía más evidentes.

5. Conclusiones y perspectivas

En base a los testimonios analizados, es posible identificar al menos tres factores que estarían incidiendo en el menor uso de la Rai por parte de las ciudadanas italianas residentes en la Argentina para mantenerse informadas. En primer lugar, las estrategias implementadas por la concesionaria pública son percibidas como inadecuadas para captar el interés del público femenino en particular, con evidentes consecuencias políticas. Un segundo grupo de causas hace referencia a características de la audiencia que se encuentran a la base de la configuración de un determinado *habitus* político: mientras los hombres aducen causas históricas, políticas y hasta biológicas, las mujeres tienden a poner en evidencia factores educativos, generacionales y familiares. Por último, la “cuestión del tiempo” señala la necesidad de elaborar una agenda de investigación que conecte los estudios de la audiencia con la producción textual (Livingstone, 2000) como estrategia táctica contra la despolitización, entendida como la desincentivada sensibilidad hacia la información de público interés.

En cuanto a la relación con la cultura política femenina local, es interesante advertir que se alude a ella en términos negativos. Evidentemente, estas percepciones no resultan ajenas a la polarización que caracterizó el escenario político argentino durante el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner. Frente a esta situación, es asimismo significativo hacer notar que Italia aparece en el imaginario de algunos/as entrevistados/

as como un contexto político idealizado más o menos igualitario, que se encuentra en tensión no sólo con las políticas televisivas implementadas por la concesionaria pública sino también con la (auto)representación lograda por las italianas residentes fuera y dentro de Italia⁷ en el Parlamento italiano.

Con todo, los desarrollos anteriores confirman –al menos en parte– la complejidad de la relación entre género, política y televisión, también en el caso de las italianas residentes en el exterior. Sin embargo, los elementos a disposición resultan insuficientes para comprender cuáles son las similitudes y las diferencias entre las residentes en Italia y las italianas en el exterior. Sería académicamente relevante y socialmente útil profundizar en futuras investigaciones las especificidades de cada caso a fin de problematizar no sólo el acceso desigual a la información entre los géneros sino también entre la ciudadanía “interna” y “externa” (Bauböck, 2009). Se trata de un desafío científico, pero sobre todo político, necesario al diseño de políticas públicas inclusivas e informadas.

En este contexto, el enfoque de género puede aportar interesantes perspectivas al debate. Por ejemplo, algunos sectores insisten en cuestionar el derecho al voto de los/as ciudadanos/as residentes en el exterior sobre la base de la presunta (des)información y/o (des)interés de la ciudadanía externa. Tal es el caso del ex responsable para los italianos en el mundo del *Partito Democratico*, Maurizio Chiochetti, y Marco Zacchera, ex responsable de asuntos exteriores de *Alleanza Nazionale-Popolo della Libertà*, quienes concuerdan en la necesidad de modificar la ley 459/2001 en base a la presunta

7 Para más información: http://www3.istat.it/salastampa/comunicati/non_calendario/20070307_00/17_parlamento.pdf (4 de noviembre de 2015)





contraddizione di fondo per cui si trovano a votare gli italiani da lungo tempo residenti all'estero ma che probabilmente, essendo già arrivati alla seconda e terza generazione, non hanno mai visto l'Italia o partecipato alla vita politica del paese, mentre gli italiani temporaneamente residenti fuori dal nostro paese, che ben conoscono la realtà politica italiana e che rientreranno nella loro abituale residenza, non possono esercitare tale diritto (Laurano, 2010: 282).

Al respecto, Sartori (2007) recuerda que argumentos similares fueron esgrimidos toda vez que se buscó extender el sufragio. Así pues, los temores de aquéllos que pensaban que las mujeres, escasamente alfabetizadas y privas de educación política, no habrían sido capaces de votar (Ferrari Occhionero, 2006), obstaculizaron por largo tiempo la afirmación del sufragio universal en Italia, entre las últimas naciones a nivel europeo en garantizarlo (Caciagli, 2006). Desde entonces, nadie pone en discusión el voto femenino en Italia sólo porque un considerable porcentaje del electorado femenino declare –según fuentes oficiales- no informarse nunca de política.





6. Bibliografía

- ANANIA, F. (2009). "Cinegiornali, radio, televisione. La rappresentazione dell'emigrazione italiana". En: Bevilacqua, P.; De Clementi, A. y Franzina, E. (eds.) *Storia dell'emigrazione italiana*. Roma: Donzelli.
- ARFUCH, L. (2002). *El espacio biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- BALSAS, M. S. (2014). "Diritto all'informazione e cittadinanza esterna: il caso di Railitalia I in Argentina". En: *Rivista dell'Istituto di Storia dell'Europa Mediterranea* (12), 215-235. BAUBÖCK, R. (2009). "The rights and duties of external citizenship". En: *Citizenship Studies*, 13 (5), 475-499.
- BUONANNO, M. (2005). *Visibilità senza potere*. Nápoles: Liguori.
- (2014). "Gender and media studies: progress and challenge in a vibrant research field", En: *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura* (50), 5-25.
- CAPECCHI, S. y PALLOTTA, C. (2001). "La rappresentazione di genere nei programmi di approfondimento e di attualità". En: Cornero, L. (ed.) *Una, nessuna...A quando centomila? La rappresentazione della donna in televisione*. Roma: Rai Eri.
- CATTARULLA, C. y MAGNANI, I. (2004). *L'azzardo e la pazienza. Donne emigrate nella narrativa argentina*. Roma: Città Aperta.
- CHIANESE, A. (2006). *L'altra Italia al voto. Il voto degli italiani all'estero nella percezione degli italiani in Argentina*. Gorle: CEL.
- CACIAGLI, M. (2006). "Il voto alle donne". En: Ferrari Occhionero, M. (ed.) *Dal diritto di voto alla cittadinanza piena*. Roma: Sapienza Università Editrice.
- CURRAN, J. (2012). "Media System, Political Context and Informed Citizenship: A comparative Study". Informe de investigación. Swindon: ESRC.
- DAHLGREN, P. (2009). *Media and political engagement*. New York: Cambridge University Press.
- FERRARI OCCHIONERO, M. (2006). *Dal diritto di voto alla cittadinanza piena*. Roma: Sapienza Università Editrice.
- FONDAZIONE MIGRANTES (2015). *Rapporto Italiani nel Mondo*. Roma: Tau Editrice.
- GRIMSON, A. y VARELA, M. (1999). *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión*. Buenos Aires: Eudeba.
- LAURANO, P. (2010). *L'altra Italia: analisi dei siti dei candidati per gli italiani all'estero*. En: Prospero, M. y Ruggiero, C. (eds.) *Le parole della politica. Protagonisti, linguaggi e narrazioni nell'Italia del 2008*. Nápoles: Scipitaweb.
- LIVINGSTONE, S. (2000). *La ricerca sull'audience. Problemi e prospettive di una disciplina al bivio*. Catanzaro: Rubbettino.
- MINISTERO PER LE PARI OPPORTUNITÀ-MINISTERO DELLE COMUNICAZIONI, Actas del seminario "Donne in politica: quale spazio nella comunicazione radiotelevisiva", Roma, Palazzo San Macuto, 20 de enero 2004.
- PADILLA, B. (2013). "Género y migraciones: nuevas reconfiguraciones y protagonismos de las mujeres latinoamericanas", En: *Anuario Americanista Europeo* (11), 2221-3872.
- RAI - OSSERVATORIO DI PAVIA (2014). *Monitoraggio sulla rappresentazione femminile in TV*. Disponible en: <http://www.osservatorio.it/download/MonitorDonne2014.pdf>





ROSAS, C. (2010). *Implicaciones mutuas entre el género y la migración: mujeres y varones peruanos arribados a Buenos Aires entre 1990 y 2003*. Buenos Aires: Eudeba.

SABBADINI, L. (2006). "Partecipazione politica e astensionismo secondo un approccio di genere". Roma: Istituto Nazionale di Statistica-Ministero per le Pari Opportunità, Presidenza del Consiglio dei Ministri.

SARTORI, G. (2007). *Homo videns. Televisione e post-pensiero*. Roma: Laterza. SILIATO, F. (2001). "Gli uomini, le donne ed i telegiornali". En: Cornero, L. (ed.) *Una, nessuna...A quando centomila? La rappresentazione della donna in televisione*. Roma: Rai Eri.

TIRABASSI, M. (2010). *I motori della memoria. Le piemontesi in Argentina*. Turín: Rosenberg & Sellier.

VERBA, S., BURNS, N. y SCHLOZMAN, K. (1997). "Knowing and Caring About Politics: Gender and Political Engagement," En: *Journal of Politics*, (59): 4, 1051-1072.

