

Agenda de temas y encuadres periodísticos sobre las mujeres

*Análisis de contenido sobre las noticias de los medios sanjuaninos
de mayor consumo durante 2023*

Directora: Paola Ingrassia

paoingrassia2@gmail.com

Co-Directora: María Fernanda Weidmann

ferweidmann@gmail.com.

Código Sigeva: 80020190300067SJ



1. Estado de avance

A los fines propuestos para este estudio se realizó un análisis de contenido de las noticias argentinas sobre las mujeres con mayor jerarquización en los medios propuestos para el análisis durante 2023. Esta técnica se consideró la más elocuente por su capacidad para comprender los datos como fenómenos simbólicos (Krippendorff, 2004) y por la sistematicidad que ofrece (Colle, 2011; Igartua, 2006). En esa línea, este enfoque revisite especial importancia para la presente investigación en tanto pone de relieve significados subyacentes que no son evidentes a simple vista. La sistematicidad del estudio se sostiene en cuatro etapas concretas.

La primera fue la exploración inicial para relevar las unidades de análisis. La recolección se realizó del 01 de julio al 28 de diciembre de 2023, tal como se consignó en el avance de informe 2024, y consistió en registrar las primeras diez noticias publicadas de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo por los tres medios digitales de mayor consumo de San Juan durante 2023: San Juan 8, Diario de Cuyo y Tiempo de San Juan. Para esta labor se delineó una estrategia metodológica centrada en la Selección de Muestra Ortega--Galhardi (SMOG) mediante la cual se registraron los contenidos noticiosos durante el segundo semestre de 2023 (desde el 3 de julio -dado que es el primer lunes de ese mes- hasta el 28 de diciembre de 2023- último día de diciembre) en horario pico (de 9 a 9.30 horas). Así, se aplicó la técnica de la semana estratégica configurada en sentido diagonal. En esta etapa se registraron 870 noticias en las siguientes semanas:

- **Primera semana:** 03/07/2023 - 11/07/2023 - 19/07/2023 - 27/07/2023 - 04/08/2023
- **Segunda semana:** 07/08/2023 - 15/08/2023 - 23/08/2023 - 31/08/2023 - 08/09/2023
- **Tercera semana:** 04/09/2023 - 12/09/2023 - 20/09/2023 - 28/09/2023 - 06/10/2023
- **Cuarta semana:** 02/10/2023 - 10/10/2023 - 18/10/2023 - 26/10/2023 - 03/11/2023

- **Quinta semana:** 06/11/2023 - 14/11/2023 - 22/11/2023 - 30/11/2023 - 08/12/2023
- **Sexta semana:** 04/12/2023 - 12/12/2023 - 20/12/2023 - 28/12/2023

Luego de la recolección manual del corpus se procedió a la etapa de exploración inicial de contenidos a fin de identificar las variables críticas relativas a los encuadres periodísticos sobre las mujeres presentes en las publicaciones de los medios seleccionados. Así, se inició la segunda etapa de análisis que se desarrolló del 01 de febrero al 30 de junio de 2024. Este periodo incluyó las siguientes actividades:

- Definición de los parámetros de inclusión y exclusión de los casos incluidos en el primer registro. Para este fin, se establecieron mecanismos específicos para reducir sesgos en la selección manual.
- Capturas de pantalla y registros de URL para evitar la pérdida de información.
- Diseño de una matriz específica para el análisis de los encuadres periodísticos sobre las mujeres.

El libro de códigos definido para analizar los encuadres periodísticos sobre las mujeres se compone de tres variables generales –medio, extensión y elementos gráficos- (tabla 1) y de ocho variables críticas –autoría, tema, rol de las mujeres, fuente principal, género de la fuente, estereotipos sobre las mujeres, evaluación moral sobre las mujeres y marco- (tablas 2, 3, 4 y 5). La herramienta fue sometida a pruebas de fiabilidad por las codificadoras especializadas que integran el equipo de investigación en las primeras 60 notas del registro. Los datos alcanzados fueron cruzados y analizados hasta obtener una matriz de análisis probada y confiable que alcanzó el 99% de fiabilidad.

RASGOS FORMALES DE LA NOTICIA

01 MEDIO

- 1= Diario de Cuyo
- 2= San Juan 8
- 3= Tiempo de San Juan

02 EXTENSIÓN

- 1= De 1 a 300 palabras
- 2= Entre 301 y 600 palabras
- 3= Entre 601 y 900 palabras
- 4= Entre 901 y 1200 palabras
- 5= Entre 1201 y 1500 palabras
- 6= Más de 1501 palabras

03 ELEMENTOS GRÁFICOS

- 0= Sin imágenes/sin videos
- 1= Fotografías/Infografías
- 2= Videos
- 3= Redes embebidas en la nota: se computa si hay redes sociales embebidas en la noticia. Si se trata de una fotografía o captura de algún posteo no debe codificarse aquí sino en la categoría 1= Fotografías/Infografías.
- 4= Fotografías/Infografías y videos
- 5= Fotografías/Infografías y redes embebidas en la nota
- 6= Videos y redes embebidas en la nota
- 7= Fotografías/Infografías, videos y redes embebidas en la nota
- 8= Otros elementos no considerados en las categorías anteriores

Tabla 1. Libro de códigos para el estudio de los encuadres noticiosos sobre las mujeres. Variables generales.

Fuente: elaboración propia.

ENCUADRES SOBRE LAS MUJERES

04 AUTORÍA

- 0= No corresponde (no se registra firma o bien no es posible asociar el nombre con una de las identidades que se propone)
- 1= Femenino
- 2= Masculino
- 3= Otras diversidades. Esta categoría corresponde a las personas que no se identifican dentro del binarismo de género tradicional.
- 4= Colectivos. Cuando no es posible codificar el género de la autoría porque se trata de colectivos/movimientos sociales debe computarse esta categoría.
- 5= Otros

05 TEMA

- 1=Economía
- 2=Derechos de Género/Movilizaciones. Se incluyen aquí todas las noticias vinculadas con la adquisición o el reclamo por los derechos de género: marcha, leyes, políticas públicas, manifestaciones, reclamos, etc. Si se trata de alguna sentencia judicial debe optarse por la categoría 5.
- 3=Salud
- 4=Educación
- 5=Justicia. Aquí se incluyen todas las noticias referidas al accionar judicial, inclusive las que se centran en fallos y sentencias contra feminicidas y/o por violencias de género
- 6=Policiales
- 7=Medio ambiente
- 8=Discapacidad
- 9=Política
- 10=Violencias de género/femicidios. En esta categoría se incluyen todas las noticias referidas a femicidios y violencias de género excepto aquellas que se centren en sentencias o medidas judiciales. Para aquellos casos en los que el foco se ponga en el accionar judicial debe utilizarse la categoría 5
- 11=Otros

Tabla 2. Libro de códigos para el estudio de los encuadres noticiosos sobre las mujeres. Variables críticas

Fuente: elaboración propia.

ENCUADRES SOBRE LAS MUJERES

06 ROL DE LAS MUJERES

- 1=Protagónico
- 2=Secundario
- 3=Otros/No corresponde

07 FUENTE PRINCIPAL

- 0= No corresponde / No se menciona ninguna fuente
- 1= Funcionario/a / institución gubernamental
- 2= Legislador/a / Congreso Nacional presentado como un único actor.
- 3= Miembros del Poder Judicial / Corte Suprema de Justicia / Juzgado
- 4= Activistas/ Movimientos feministas / víctimas de violencia de género o familiares de las víctimas
- 5= Actor/a eclesiástico / religioso/a
- 6= Personalidades del espectáculo/ figuras públicas
- 7= Periodistas / Escritores/as
- 8= Personas individuales que no sean figuras públicas
- 9= Fuerzas de seguridad
- 10= Otras

08 GÉNERO DE LA FUENTE

- 1= Femenino
- 2= Masculino
- 3= Otras diversidades (Esta categoría corresponde a las personas que no se identifican dentro del binarismo de género tradicional)
- 4= Colectivos
- 5= Otros

Tabla 3. Libro de códigos para el estudio de los encuadres noticiosos sobre las mujeres. Variables críticas

Fuente: elaboración propia.

ENCUADRES SOBRE LAS MUJERES

09 ESTEREOTIPOS SOBRE LAS MUJERES

- 0= No corresponde
- 1= La actora principal no se asocia a ningún estereotipo
- 2= Mujer emocional. Se caracteriza a la mujer por sus atributos relacionados con las emociones, los sentimientos y todo aquello que se oponga a la racionalidad.
- 3= Mujer víctima o revictimizada. Este estereotipo incluye tanto a la caracterización de las mujeres como víctimas pasivas, relegadas al segundo o tercer plano del discurso; como también a aquellas noticias en las cuales se revictimiza a las víctimas a partir de los modos en los que se las presenta (descripciones morbosas, la construcción de un perfil específico o discursos que normalizan la crueldad mediante la banalidad y espectacularización).
- 4= Mujer y belleza/frívola. Se priorizan los intereses superfluos y banales de la mujeres. Su rol es presentado en relación a la belleza, consumos, vestimentas, entre otros.
- 5= Banalización, espectacularización o uso de terminología errónea o despectiva. Noticias cuyo enfoque recurre al uso de adjetivos que hiperbolizan frivolan o bien evalúan de manera despectiva a las mujeres, asociándolas al mundo de la farándula y/o eventos festivos y/o a desvirtuar la acción colectiva mediante la banalidad y espectacularización.
- 6= Otros: no incluidos en las categorías anteriores

10 EVALUACIÓN MORAL SOBRE LAS MUJERES

- 0= No corresponde / No se emite ningún juicio
- 1= Juicio positivo. Remite a los casos en los cuales las acciones, expresiones o cualidades de la mujer que ha sido identificada como actora principal son configuradas como deseables y/o convenientes, es decir, cuando se valoran positivamente.
- 2= Juicio no definido o ambiguo. Refiere a los casos en los que no es posible identificar si las acciones, expresiones o cualidades de la mujer que ha sido identificada como actora principal son configuradas como positivas o como negativas.
- 3= Juicio negativo. Se trata de aquellos casos en los cuales las acciones, expresiones o cualidades de la mujer que ha sido identificada como actora principal son configuradas como indeseables y/o inconvenientes, es decir, cuando se valoran negativamente.

Tabla 4. Libro de códigos para el estudio de los encuadres noticiosos sobre las mujeres. Variables críticas

Fuente: elaboración propia.

ENCUADRES SOBRE LAS MUJERES

11 **MARCO. Esta variable apunta a identificar la idea vertebradora de la noticia; el foco de atención que atraviesa el relato periodístico a partir de los siguientes valores:**

- 1= Marco de conflicto. Enfatiza el conflicto entre individuos, grupos o instituciones como un medio para captar el interés de la audiencia.
- 2= Marco de interés humano. Aporta un rostro humano o un ángulo emocional a la presentación de un evento, asunto o problema.
- 3= Marco de consecuencias económicas. Informa un evento, problema o cuestión en términos de las consecuencias que tendrá económicamente en un individuo, grupo, institución, región o país.
- 4= Marco de moralidad. Coloca el evento, problema o cuestión en el contexto de principios religiosos o prescripciones morales.
- 5= Marco de responsabilidad. Presenta un tema o problema de tal manera que atribuye la responsabilidad de su causa o solución al gobierno o a un individuo o grupo.

Tabla 5. Libro de códigos para el estudio de los encuadres noticiosos sobre las mujeres. Variables críticas

Fuente: elaboración propia.

La tercera etapa de análisis se concretó del 01 de julio al 31 de diciembre de 2024. En este periodo se codificaron 816 de las 870 noticias relevadas inicialmente. El resto de las publicaciones quedó inaccesible por haber sido eliminadas por las páginas de origen. En ese corpus, las mujeres tuvieron un rol protagónico sólo en el 14% de los casos, es decir, en 113 noticias – de las cuales *Diario de Cuyo* publicó 45 noticias en las que las mujeres fueron posicionadas como el sujeto principal o secundario del relato noticioso, mientras que *Tiempo de San Juan* presentó 40 y *San Juan 8* sólo 28-. Asimismo, la relevancia noticiosa que se le concedió a estas noticias fue significativamente menor en relación con los valores definidos para medir la extensión. En efecto, entre el total analizado sobresalen las noticias con menos de 300 palabras. También, es preciso

destacar que se observó una presencia menor de voces femeninas en el manejo de las fuentes periodísticas. En efecto, las mujeres resultaron ser las voces principales que se legitiman en los relatos noticiosos solo en el 6% de los casos (53 noticias).

Dicho esto, se consignan los datos generales del total de 816 noticias analizadas.

En cuanto a los elementos gráficos que acompañan a las noticias se destaca la inclusión de fotografías. Respecto a la autoría, sólo el 12% se publicó con firma (95 casos – en ese porcentaje, el 40% de los casos (38 noticias) se asoció al género femenino-.

Entre los temas codificados se destacan Policiales, en el 20% de los casos (165 noticias) y Política en el 18% del total (150 notas). Por último, se destaca el marco de interés humano, es decir, aquel que busca aportar un rostro humano o un ángulo emocional a la presentación de un evento, asunto o problema, en el 49% de los casos (397 noticias).

A partir de estos datos generales se está trabajando en la última etapa de análisis que se centra en el agrupamiento y análisis cuantitativo de los datos. Para este fin, se realizará un análisis estadístico de *clusters* para conformar conjuntos de características coincidentes dentro del corpus (Vilà-Baños et al., 2014). Finalmente, se procederá al análisis cuali-cuantitativo de los encuadres.

Grado de cumplimiento

Se han alcanzado los primeros objetivos específicos del trabajo definidos como: 1) Comprender la relevancia noticiosa concedida a los temas en los que las mujeres son protagonistas en las noticias publicadas por *San Juan 8*, *Diario de Cuyo* y *Tiempo de San Juan* en sus versiones online durante el periodo de estudio; 2) Analizar la composición temática, las fuentes de información y los encuadres periodísticos plasmados en las noticias de los medios digitales de mayor consumo de San Juan. Esto representa el 80% de avance del proyecto general.

2. Dificultades encontradas en el desarrollo

Las dificultades se vinculan a las compatibilidades laborales y/o académicas de las investigadoras de este proyecto. Sin embargo, todas han sido superadas gracias al compromiso, la responsabilidad y la sororidad de todas las integrantes de este equipo de investigación.

3. Otras consideraciones

Referencias bibliográficas

- Colle, R. (2011). El análisis de contenido de las comunicaciones. Sociedad latina de comunicación social.
- Igartua, J. J. (2006) Métodos cuantitativos de investigación en comunicación. Bosch.
- Krippendorff, K. (2004). Reliability in content analysis: Some common misconceptions and recommendations. *Human communication research*, 30(3), 411-433.
- Vilà-Baños, R., Rubio-Hurtado, M.J., Berlanga-Silvente, V., y Torrado-Fonseca, M. (2014). Cómo aplicar un cluster jerárquico en SPSS. *REIRE. Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 7(1), 113-127. <https://doi.org/10.1344/reire2014.7.1717>