

Agenda de temas y encuadres periodísticos sobre las mujeres en los medios sanjuaninos de mayor consumo durante 2023

Introducción / Propósitos

Los medios de comunicación constituyen una de las principales arenas discursivas, junto a las/os funcionarias/os políticos, las instituciones religiosas y educativas, y los movimientos sociales, entre otros (Hilgartner y Bosk, 1988), que participan en la disputa por el significado atribuido a los problemas públicos (Pride, 1995). Las noticias periodísticas ofrecen una visión del mundo (Tuchman, 1983), construyen realidades (Berger y Luckmann, 1968) y su papel activo siempre refleja las características de la sociedad en la que se insertan (Koziner, 2022). Por ello, resulta fundamental estudiar las noticias mediáticas como productos sociales, “manufacturados” (Fishman, 1980; Gans, 1979; Schlensinger, 1978; Sigal, 1973; Tuchman, 1983), capaces de influir en las estructuras sociales de igualdad y desigualdad entre hombres y mujeres (Retegui e Ingrassia, 2022). La problemática de las desigualdades de género debe entenderse como un núcleo en el que la opresión de género se intersecta con aspectos históricos, económicos, políticos y culturales (Sagot Rodríguez, 2017), y en el que las definiciones de sentido que legitiman o cuestionan la realidad cotidiana se sostienen desde diversos centros de poder, entre ellos los medios de comunicación (Ingrassia, 2020).

En este contexto, es importante destacar la necesidad de realizar estudios como el presente, que buscan comprender las estructuras discursivas que sustentan las desigualdades sociales contra las mujeres (Ingrassia y Weidmann, 2023; Ingrassia, 2024). Como afirma Segato (2003), no se trata solo de modificar comportamientos y roles en la división sexual del trabajo, sino de desmantelar, desgastar y desestabilizar sus fundamentos y la ideología que los sustenta.

El objetivo principal es analizar la relevancia y los enfoques periodísticos sobre las mujeres en las noticias publicadas por los tres medios digitales de mayor consumo en San Juan durante 2023. Específicamente, se busca comprender la importancia otorgada a los temas en los que las mujeres son protagonistas en las noticias de *San Juan 8*, *Diario de Cuyo* y *Tiempo de San Juan* en sus versiones en línea durante el período de estudio; analizar la composición temática y las fuentes de información utilizadas y legitimadas en estas noticias; interpretar los elementos específicos de los encuadres sobre las mujeres y sistematizar los estereotipos de género presentes en los discursos noticiosos.

Resultados

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. La técnica elegida fue considerada la más adecuada por su capacidad para interpretar datos como fenómenos simbólicos (Krippendorff, 2004) y por su sistematicidad (Colle, 2011; Igartua, 2006). Este enfoque es especialmente relevante, ya que permite identificar significados subyacentes que no son evidentes a simple vista. La sistematicidad de la investigación se alcanzó a partir de tres etapas complementarias.

La primera consistió en una exploración inicial para identificar las unidades de análisis. La recolección de datos se realizó del 1 de julio al 28 de diciembre de 2023, seleccionando las primeras diez noticias publicadas en los tres medios digitales más consumidos en San Juan durante ese período: *San Juan 8*, *Diario de Cuyo* y *Tiempo de San Juan*. La técnica utilizada fue la semana estratégica en sentido diagonal, registrando un total de 870 noticias.

Tras la recopilación manual del corpus, se procedió a la exploración de contenidos para identificar variables críticas relacionadas con los enfoques periodísticos sobre las mujeres en las publicaciones seleccionadas. En esta fase, se definieron criterios de inclusión y exclusión para reducir sesgos en la selección manual de casos. La segunda etapa permitió delimitar el análisis y establecer parámetros claros para el estudio.

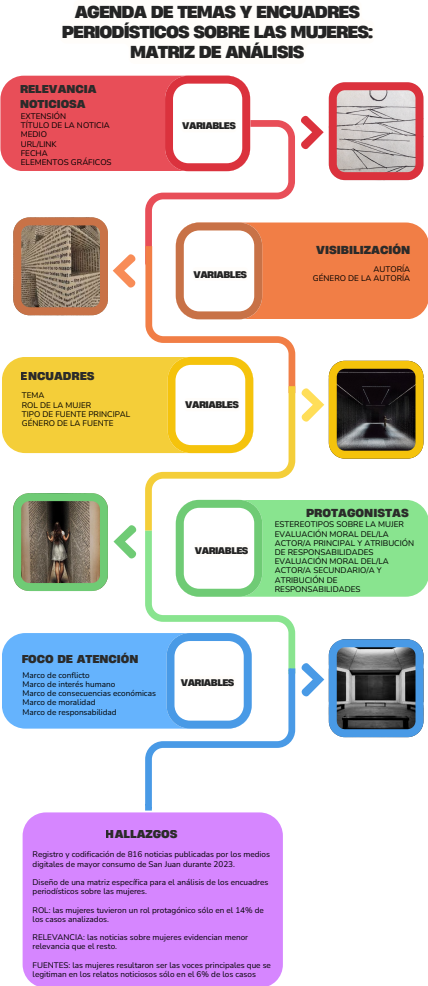
La tercera etapa implicó el diseño de una matriz específica para analizar los enfoques sobre las mujeres. Se elaboró un libro de códigos que incluye tres variables generales —medio, extensión y elementos gráficos— y ocho variables críticas —autoría, tema, rol de las mujeres, fuente principal, género de la fuente, estereotipos, evaluación moral y marco—. La herramienta fue sometida a pruebas de fiabilidad con seis codificadoras especializadas, quienes analizaron las primeras 60 notas del corpus. Los datos alcanzados fueron cruzados y analizados hasta obtener una matriz de análisis probada y confiable que alcanzó el 99% de fiabilidad.

Proyecto PROJIVI (GEICOM)

Directora: Paola Ingrassia | UNSJ
paoingrassia2@gmail.com

Codirectora: María Fernanda Weidmann | UNSJ
ferweidmann@gmail.com

Equipo principal: Paola Ingrassia, María Fernanda Weidmann, Graciela Marcet, Yanina Urcullu
Equipo de apoyo: María Emilia Pujador, Maira Zepeda, Lucía Soria, Melani Quiroga



Reflexiones Finales

Si bien, el análisis de los encuadres específicos sobre las mujeres aún se encuentra en proceso de finalización, lo cuantioso de la propuesta radica en la especificidad de las variables que componen la matriz de análisis. Dicho esto, los primeros datos obtenidos arrojan información importante respecto a la escasa presencia y legitimidad que obtienen en las mujeres en los relatos periodísticos de San Juan y a los marcos que prevalecen en las noticias. Entre las 816 notas analizadas (el resto de las publicaciones registradas quedó inaccesible debido a que fueron eliminadas por las páginas de origen), se observó que las mujeres tuvieron un papel protagónico en solo el 14% de los casos, es decir, en 113 noticias publicadas a lo largo de seis meses. De estas, *Diario de Cuyo* publicó 45 en las que las mujeres fueron posicionadas como sujetos principales o secundarios del relato, mientras que *Tiempo de San Juan* presentó 40 y *San Juan 8* solo 28. Además, la relevancia noticiosa fue considerablemente menor en comparación con los valores establecidos para medir la extensión, destacándose principalmente las publicaciones con menos de 300 palabras. También se observó una menor presencia de voces femeninas en las fuentes periodísticas consignadas, ya que las mujeres fueron las voces principales en solo el 6% de los casos, es decir, en 53 noticias. Respecto a los marcos de sentido, en tanto idea vertebradora de la noticia o foco de atención que atraviesa al relato periodístico, se destaca el de interés humano (Semetko y Valkenburg, 2000) en el 49% de los casos (397 noticias). En él las mujeres se presentan desde ángulos emocionales o se caracterizan por sus atributos relacionados con los sentimientos o con valores que se oponen a la racionalidad. En esa línea, aún persisten las nociones de la otredad (De Beauvoir, 1949) y los roles vinculados a la mujer por su condición sexual en medio de la cultura machista (Maffía, 2010) actual.