Universidad de
SanAndrés

Departamento de Ciencias Sociales
Licenciatura en Comunicación

"Cosa de mujeres": la cobertura periodística de temas vinculados a mujeres en la prensa gráfica argentina entre 1995 y 2015

Autora: Victoria Andelsman
Legajo: 24010
Mentora: Eugenia Mitchelstein

VICTORIA, 27 DE MAYO DE 2016

Contenido

Introducción 2

1. Marco teórico 3

Enfoque teórico 3

Definiciones conceptuales 12

2. Revisión de la literatura 15

3. Preguntas de investigación 23

4. Marco metodológico 23

Selección de los medios 24

Estrategias de muestreo y construcción del corpus 24

Unidades de análisis 25

Análisis de contenido y variables 25

Fiabilidad 26

5. Resultados 27

Presencia de hombres y mujeres en las noticias 27

Mujeres como fuente 30

Análisis de la cobertura periodística por tema 33

Enfoques de las noticias 40

6. Hallazgos 42

Descripción general de la cobertura noticiosa 42

Cambios y continuidades a lo largo del tiempo 43

Diferencias en la cobertura de Clarín y Página/12 44

Conclusiones 49

Bibliografía consultada 53

Anexo 62

Universidad de San Andrés

"Con todo, son los valores masculinos los que prevalecen. En términos generales, el football y el deporte son <<importantes>>; el culto a la moda, la compra de trajes, <<triviales>>."(2013)

Un cuarto propio - Virginia Woolf

Introducción

La desigualdad a la que se enfrentan las mujeres en la sociedad no es exclusivamente material o jurídica: también se produce (y reproduce) en el campo de lo simbólico. Tal como lo señaló Virginia Woolf en el fragmento que da inicio a nuestro trabajo, escrito en 1929, existe una clasificación jerárquica de lo masculino en detrimento de lo femenino que continúa hasta el presente. Esta lógica de género moldea la vida social y fundamenta la subordinación de las mujeres y la marginación de los asuntos asociados a estas.

Como todo tipo de cobertura periodística, la cobertura mediática de asuntos vinculados a las mujeres debe entenderse dentro de la cultura y del oficio periodístico. La decisión acerca de qué hechos y acontecimientos divulgar y cómo exponerlos es el resultado de un proceso basado en criterios social y culturalmente construidos (Entman 1993). Pero además, la selección de noticias y el modo en el que estas son presentadas por los medios contribuyen a la construcción de la realidad social. En este sentido, los contenidos mediáticos son consecuencia del esquema cultural de subordinación de las mujeres al tiempo que lo retroalimentan. En consecuencia, el estudio de los contenidos mediáticos resulta fundamental para comprender cuáles son las construcciones de género y divisiones sociales consideradas aceptables en una sociedad determinada y cuáles son los cambios que se han producido en estas concepciones a lo largo del tiempo.

El título del ensayo de Woolf que citamos al inicio de este trabajo parece revelador (2013). En efecto, las mujeres siguen sin tener espacios propios; no tienen habitaciones propias, tal como lo señalara Woolf en su texto, pero tampoco tienen lugar en las tapas y páginas de los diarios. En el contexto de jerarquización de lo masculino sobre lo femenino, los temas que tienden a estar vinculados a estas son considerados de poco interés periodístico y académico.

El propósito de nuestro trabajo es dar cuenta de los cambios y continuidades en la cobertura de la prensa cotidiana argentina, entre 1995 y 2015, de tres temas vinculados a mujeres, elegidos por su relevancia para el cumplimiento de los derechos de las mujeres o su rol en la construcción de sentido en torno a la distinción genérica. Estos son: la salud sexual y reproductiva, la violencia contra las mujeres y la moda y la cosmética. Con este objetivo, llevamos a cabo un análisis de contenido de noticias sobre estos tres asuntos publicados en Clarín y Página/12 a lo largo del período.

Encontramos, en efecto, que los contenidos de prensa analizados tienden a ignorar a las mujeres y que la mera presencia de temas vinculados a la vida cotidiana y los derechos de estas no supone la visibilización de las desigualdades estructurales entre los géneros. Más aún, observamos que, si bien existieron algunos cambios en la cobertura periodística de las noticias sobre "salud sexual y reproductiva", "violencia contra las mujeres" y "moda y cosmética", prevalecen las continuidades a lo largo de los veinte años analizados. Finalmente, encontramos diferencias en la agenda de ambos diarios y en el modo en el que trataron las tres temáticas.

Nuestra tesis comienza exponiendo las perspectivas teóricas y definiciones conceptuales que informan nuestro análisis (Sección 1). En la segunda sección presentamos un breve repaso de las investigaciones acerca de la cobertura periodística de temas vinculados a mujeres (Sección 2). Luego, postulamos las preguntas que guían nuestro estudio y especificamos nuestro marco metodológico (Secciones 3 y 4). En la sección 5 describimos los resultados de nuestro análisis, mientras que en la sección 6 vinculamos esos datos, provenientes del análisis del contenido, con lo visto en la revisión de la literatura. Finalmente, en el último apartado de este trabajo sintetizamos nuestras conclusiones.

1. Marco teórico

Enfoque teórico

Este trabajo se pregunta por el cambio en la cobertura periodística de las últimas dos décadas de temas vinculados a mujeres en dos diarios argentinos de alcance nacional. Con el propósito de responder a este interrogante nos situamos en la intersección entre las teorías feministas, los estudios culturales y las teorías de los efectos indirectos.

Tal como concluye el Informe de desarrollo humano de 1997 del Programa De Las Naciones Unidas Para El Desarrollo, "ninguna sociedad trata a sus mujeres tan bien como a sus hombres"[1] (PNUD, 1997, p. 39). Aún en la actualidad las mujeres se enfrentan a obstáculos profesionales, a la violencia machista y tienen un acceso limitado a servicios y recursos básicos. Como muchas autoras reconocen, la característica definitoria de los estudios feministas es su dimensión crítica y política (Gallagher & Valdivia, 2003; Reinharz & Davidman, 1992; Van Zoonen, 1991). El movimiento feminista, desde sus comienzos, "apunta a comprender los orígenes y la naturaleza continua de la devaluación casi universal de la mujer en la sociedad" al tiempo que busca cambiar esta realidad (Steeves, 1987, p. 96)

Durante los primeros años del Movimiento Internacional de Mujeres, la relación entre estas, los medios y sus contenidos fue pasada por alto. La comunicación mediática se consideró un tema secundario frente a la desigualdad material y de derechos en la que se encontraban las mujeres. (Gallagher 2002). Sin embargo, hacia fines de los 60 el movimiento feminista amplió sus reclamos. Mientras que durante el siglo XIX y la primera mitad del siglo XX las demandas se centraron en cuestiones legales - principalmente en ganar el sufragio femenino – a partir de los 60 y los 70 la llamada "segunda ola feminista" extendió el debate a una amplia gama de temas que iban desde la sexualidad, la familia, el trabajo, los derechos reproductivos y la (des)igualdad de oportunidades. De este modo, el Movimiento de las Mujeres se avocó no solo a una lucha material por la igualdad de derechos y oportunidades para las mujeres, sino que se embarcó también en "un conflicto simbólico acerca de las definiciones de la feminidad (y por omisión la masculinidad)" (Van Zoonen, 1994, p. 12).

En particular, el estudio de los contenidos de la prensa gráfica para el gran público se impone como un asunto fundamental, debido al rol de los medios de comunicación como espacios de producción de la realidad social. Existe una tendencia a la invisibilización de las mujeres y de los temas vinculados a ellas en los medios: en 1995, el primer Proyecto de Monitoreo Global de Medios encontró que las mujeres constituían únicamente el 17% de las personas sobre las cuales hablaban los medios a nivel mundial. Aun cuando se percibió un aumento significativo, este alcanzó solo el 24% en 2010 y se mantiene estable desde entonces

[1] Todas las traducciones del inglés son nuestras.

(GMMP 2015). Como propone Gallagher, tradicionalmente las limitaciones en la representación de las mujeres en los contenidos mediáticos se han considerado resultado de la poca presencia de las mujeres como periodistas o en posiciones de poder en los medios. Sin embargo, a pesar de que en la actualidad se percibe un incremento de las mujeres en las profesiones de los medios, esto no se ha traducido en un cambio radical de los contenidos mediáticos (Gallagher, 2002; Van Zoonen, 1988).

La tendencia a ignorar a las mujeres responde a criterios profesionales y a pautas socioculturales. Los temas respectivos a la realidad de las mujeres, como los que analizamos en este trabajo, son considerados de poco interés periodístico (Allan, Branston, & Carter, 2002; Tuchman, Daniels, & Benét, 1978). No obstante, los patrones de (no) representación de las mujeres responden también a factores culturales que afectan las prioridades periodísticas. "Esta tendencia a ignorar a las mujeres o- en el mejor de los casos- a hablar sobre antes que con o a través de las mujeres está profundamente enraizada en las prácticas culturales normativas, y por lo tanto en la recopilación de noticias y en, en general, en las rutinas de producción de los medios de comunicación" (Gallagher 2002, 11).

En la actualidad el estudio de los contenidos mediáticos desde una perspectiva feminista se enfrenta a diversos retos, en parte producto de su transdisciplinariedad y su eclecticismo teórico. En particular, las autoras han resaltado el desafío de la diversidad -formulado por la tercera ola feminista frente al modelo universalizante de mujer precedente- y el de la necesidad de rechazar los modelos lineales de la comunicación. Este último desafío surge como respuesta a los defectos de los primeros estudios y exige la articulación de la perspectiva de género con teorías sobre la producción de sentido y los efectos de los medios (Van Zoonen, 1991; von Lurzer & Spataro, 2015).

La visión del género como construcción social e históricamente situada abre la puerta a la crítica feminista de la categoría mujer. Esta se opone a las definiciones esencialistas y universalizantes del término, que tienden a sobre-representar las vivencias de las mujeres blancas, heterosexuales, cisgénero y de clase media. El reconocimiento de la especificidad histórica de las construcciones de género, en cambio, permite abordar cómo y por qué ciertas construcciones ganan dominio sobre otras y cómo estas construcciones se relacionan con las

experiencias vividas de mujeres y hombres (Lazar, 2007; Van Zoonen, 1991; von Lurzer & Spataro, 2015; West, Lazar, & Kramarae, 2000).

De todas maneras, es importante recalcar que las demandas por la diversificación de la categoría mujer plantean una disyuntiva a la teoría y el activismo feminista, ya que existe un conflicto entre el reconocimiento de la diversidad de las experiencias de 'las mujeres' y la utilidad política de mantener la categoría unificada de 'mujer'(Lazar, 2007; Press, 2000). Como respuesta, Press sugiere que las investigaciones feministas no deben ocultar este conflicto, sino reconocer esta ambivalencia y tolerarla (2000). Así, los estudios sobre género y comunicación deberían exponer las limitaciones de las categorías que utilizan y el recorte que llevan a cabo, de forma tal de expresar la complejidad, en lugar de encubrirla.

En particular, el análisis de la cobertura mediática de los temas vinculados a mujeres debe reconocer que no todas las mujeres se vinculan a esos asuntos de la misma forma y atender a los aspectos discursivos de las distintas formas de opresión y su confluencia. En nuestro trabajo conservamos la categoría por que condensa las afinidades entre las mujeres, fundadas en la relación desigual entre géneros. Sin embargo, preferimos el término mujeres, en plural, para dar cuenta de la diversidad que este condensa. En efecto, en las notas periodísticas analizadas aparecen mujeres de distintas nacionalidades, identidades genéricas, sexualidades y clases sociales.

Por otra parte, los estudios feministas sobre la comunicación mediática han cuestionado las posiciones teóricas y prácticas que sostenían los primeros estudios, como los contenidos en *Hearth and home* el libro pionero editado por Tuchman, Kaplan y Benét y publicado en 1978, preocupados por la distorsión de las representaciones mediáticas respecto de las mujeres 'reales' y de las limitaciones que estas imponían sobre las mujeres (Van Zoonen, 1991).

En su texto *Feminist perpectives on media studies*, Van Zoonen expone el modo en el que los primeros estudios feministas de los medios se posicionan desde una conceptualización dicotómica y universalizante del género y conciben los medios masivos como mecanismos de control social. Esta perspectiva se basaba en un modelo lineal de la comunicación que entiende a los medios como reflejo de la realidad y a la audiencia como una masa pasiva. Este modelo de transmisión de la información llevaba a las feministas a

abogar por un cambio de los medios, para que estos transmitieran la "realidad de las mujeres" en lugar de visiones "distorsionadas".

La propuesta de van Zoonen coincide con la hipótesis de Justo Von Lurzer y Spataro, quienes consideran que en la relación entre industrias culturales y las mujeres, "las mujeres son 'victimas' cuando son representadas en la cultura de masas y 'tontas' cuando la consumen" (2015, 113). Es decir, los análisis sobre la comunicación tienden a hallar que las imágenes que los medios producen de las mujeres las colocan en un lugar de 'victimas' de las normas de género y que las mujeres que consumen estas representaciones mediáticas son 'tontas culturales', en la medida en que son acríticas ante estos mensajes que las violentan y someten.

Al posicionarse desde una teoría de la transmisión, las feministas creaban una brecha entre aquellas mujeres que entendían que esos mensajes eran opresivos - las investigadoras feministas- y aquellas que consumían esos contenidos y que, por ende, eran influenciadas por estos. De este modo, construían una jerarquización entre las mujeres y desestimaban la experiencia y los puntos de vista de las mujeres que eligen consumir los mensajes de las industrias culturales (Van Zoonen, 1991; von Lurzer & Spataro, 2015).

La concepción de los medios como dispositivos de sumisión y de los mensajes como estímulos unívocos con efectos determinados supone que los mensajes son homogéneos y que las audiencias son pasivas (Curran, 1998; Morley, 2006; Webster, 1998). La superación de la visión de reflejo tiene, en los estudios de la comunicación, una larga tradición. Por un lado, las perspectivas post-estructuralistas abandonan la idea de que existe una realidad social fuera de los medios que es imitada, de mejor o peor manera, por los medios. Desde esta perspectiva, las identidades 'mujer' y 'hombre' se "producen" más que "reproducen" en el discurso, aun cuando esas identidades producidas sean generalmente consideradas naturales e inmanentes. Por el otro, se abandona la idea de que los discursos tienen influencia directa y efectiva sobre las audiencias.

Tanto van Zoonen como Justo Von Lurzer y Spataro abogan por una articulación de la crítica feminista con los estudios culturales (1991; 2015). Esta perspectiva teórica concibe la comunicación mediática como un proceso mediante el cual se crea y se transforma la realidad. El estudio de los medios en relación con el género se vuelve especialmente

relevante, ya que los medios son sitios privilegiados para la lucha por el sentido. El vínculo entre la cultura de masas y las audiencias se complejiza; Al separar las instancias de producción y recepción y hacer hincapié en la polisemia y la agencia de las audiencias, los estudios culturales evitan pensar los efectos de los medios en términos lineales (Hall, 1980).

La formulación original de Hall en su texto Encoding/decoding tiene la virtud de exonerar a la audiencia de su pasividad al tiempo que reconoce que producción y reconocimiento no son momentos idénticos y que la "forma discursiva del mensaje tiene una posición privilegiada en el intercambio comunicativo" (Hall 2001, 164). La etapa de producción determina su recepción, pero no de forma directa y transparente; cada una de las instancias de la cadena es sitio de negociaciones y puede afectar el sentido en recepción (Hall, 2001). El poder de las lectoras para negociar el sentido del texto mediático no es equiparable con el poder que tienen los medios sobre el proceso de elaboración del discurso (Morley, 1998). En términos de Hall, la codificación construye límites dentro de los cuales es posible la decodificación. Es por esto que el análisis de los contenidos mediáticos resulta capital; implica ubicarse en una perspectiva intermedia que reconozca la agencia de las lectoras sin desestimar la relevancia de la etapa de producción en la asignación de sentido.

Finalmente, la teoría de los efectos indirectos, aplicada a la producción de contenidos, proporciona a nuestro trabajo una tradición de estudios empíricos sobre la cual apoyarse al tiempo que nos provee de un marco teórico que da cuenta de las sutilezas del proceso comunicativo. Desde esta perspectiva teórica, los medios ejercen influencia sobre sus audiencias, aunque esta depende de predisposiciones previas. A través de la selección y edición de las noticias, los periodistas desempeñan un papel importante en la construcción de la realidad y delimitan el discurso posible (McCombs & Shaw, 1972). Mientras más consistente con las predisposiciones de las audiencias y más exclusiva sea la imagen que muestran los medios, más probable es que esta tenga efectos sobre las audiencias. Asimismo, los contenidos sobre los que se sabe poco, sobre los que no se tienen ideas definidas, suelen tener más influencia (Scheufele & Tewksbury, 2007).

Desde la perspectiva de esta teoría, la relación entre medios y realidad social no es unidireccional. La selección de noticias y el modo en el que los medios las presentan influyen en el modo en el que el público piensa la realidad. Pero los medios no crean el mundo día a

día, sino que se insertan en un contexto sociocultural que constriñe y da forma a sus discursos (Entman, Matthes, & Pellicano, 2009). El contenido mediático es el resultado de la interacción entre la cultura dominante, el discurso de las elites, y los criterios profesionales. En este sentido, los medios no tienen autonomía ilimitada de selección; actúan dentro de las prácticas culturales normativas y son, en parte, una encarnación de estas (Entman & Rojecki, 2001).

Dentro de la tradición de los efectos indirectos, quizás las dos teorías más sobresalientes sean las de *agenda setting* y la teoría del encuadre. La teoría de *agenda setting* describe el modo en el que los medios, a través de la selección de las historias, afectan la relevancia que se le da a los distintos temas en la agenda pública. La teoría de encuadre amplía la investigación al estudiar los modos en los que los asuntos son presentados en los medios y sus efectos en las audiencias y en la realidad social.

La hipótesis básica de la teoría de *agenda setting* es que los temas de la cobertura periodística influencian en qué piensa la gente (McCombs & Shaw, 1972; Scheufele & Tewksbury, 2007; Weaver, McCombs, & Shaw, 2004). "Los lectores aprenden no solo sobre ciertos asuntos sino también sobre cuanta importancia deben asignar a ese asunto a partir de la cantidad de información en la noticia y su posición." (Mc Combs & Shaw 1972, 176). Es decir, de acuerdo a esta teoría, si un asunto es cubierto por los medios con frecuencia y de manera destacada, el público considerará que el tema es importante.

La idea de *frame (*encuadre) remite a la fotografía. En este campo, el encuadre refiere a la selección de los elementos que forman parte de la imagen, es decir, la porción de la escena que se muestra. En términos de la producción de noticias, el concepto de encuadre hace referencia a la herramienta que poseen los periodistas para seleccionar ciertos aspectos de la realidad y hacerlos más evidentes en el texto, de modo tal de "promover una definición particular del problema, interpretaciones causales y/o recomendar soluciones"(Entman, 1993, p. 52).

Algunas autoras, como Ghanem, consideran el encuadre como un segundo nivel de la *agenda setting* que examina el modo en el que la cobertura mediática influencia sobre qué piensa el público y cómo piensa sobre esos asuntos (Ghanem, 1997; Reese, Gandy, & Grant,

2001). Desde esta perspectiva, el segundo nivel de *agenda setting*, el encuadre, refiere a la relevancia que se le confiere a los atributos de los temas que conforman la agenda mediática. Este segundo nivel de análisis se funda en una doble hipótesis: por un lado cómo se habla de algo, es decir, qué atributos se enfatizan, tiene efectos sobre la definición y evaluación del tema. En segundo lugar, el modo en el que se habla de algo tiene efectos sobre la relevancia que se le da al tema y, en consecuencia, si ingresa o no a la agenda pública (Ghanem, 1997; M. McCombs & Ghanem, 2001; Weaver, 2007)

A pesar de que, como señala Weaver (2007), no todos los académicos están de acuerdo con que la noción de encuadre es equivalente a un segundo nivel de *agenda setting*, la confluencia de ambas teorías resulta conveniente ya que se complementan entre sí y permiten analizar las distintas instancias del proceso comunicativo. De esta manera, mientras que los estudios tradicionales sobre *agenda setting* se han enfocado más en el impacto que genera la selección de ciertos asuntos por los medios, los trabajos sobre *framing* han hecho hincapié, principalmente, en qué imágenes construyen los medios de comunicación (M. McCombs & Ghanem, 2001).

Como dijimos, estas teorías nos proporcionan un marco para definir dimensiones y categorías de análisis. Los estudios de *agenda setting*, desde su origen en el trabajo de McCombs y Shaw, consideran la frecuencia de aparición y el espacio que se le asigna a las noticias para definir una agenda de temas noticiosos relevantes (M. E. McCombs & Shaw, 1972). De este modo, mientras más importante sea un tema en la agenda mediática, más probable su ingreso en la agenda pública. Las investigaciones sobre *framing* y *agenda setting* de segundo nivel se preguntan, en cambio, por los principios de organización que dan forma a un discurso. Estos pueden tener que ver tanto con la forma en la que se presenta el contenido, como con los atributos que se seleccionan (M. McCombs & Ghanem, 2001).

Todo tipo de cobertura periodística debe entenderse dentro de la cultura y del oficio periodístico. Las tendencias negativas en la representación de las mujeres y los temas vinculados a ellas son el resultado de la interacción entre los valores dominantes en la sociedad y las normas profesionales que guían los hábitos de trabajo y las rutinas productivas de los periodistas. Tal como plantean Entaman y Rojecki en una investigación sobre el contenido mediático estadounidense y la representación de la población negra, el material

problemático es el resultado de la combinación de fuerzas entre esquemas culturales de subordinación y prácticas profesionales, de las que los periodistas solo son imperfectamente conscientes(Entman & Rojecki, 2001). En este sentido, la lógica de la jerarquía entre géneros, que fundamenta la subordinación de las mujeres, permea la producción de contenidos noticiosos. Pero además, cómo los medios encuadran un asunto afecta cómo lo piensan las audiencias, aunque estos efectos sean medios sutiles, acumulativos y lentos (Scheufele & Tewksbury, 2007). El modo en el que los medios presentan los temas estudiados en este trabajo probablemente tenga un correlato en el modo en el que estos son percibidos en la sociedad. De este modo, los contenidos mediáticos son resultado de la lógica de subordinación de las mujeres al tiempo que la retroalimentan.

Aunque la influencia efectiva de los textos analizados escapa al alcance de este trabajo, el análisis de los contenidos es un primer paso en este sentido, ya que permite comprender cómo se habla cuando se habla de "salud sexual y reproductiva", "violencia contra las mujeres" y "moda y cosmética" en la prensa cotidiana. De este modo, el estudio de contenidos de la prensa gráfica permite entender cómo se construyen las distinciones y jerarquías entre géneros en una sociedad determinada y qué cambios se han producido en estas concepciones a lo largo del tiempo.

En esta sección presentamos los enfoques teóricos que informan nuestra investigación. En primer lugar, expusimos cómo los estudios feministas sobre la comunicación exponen las dinámicas subyacentes a la invisibilización de las mujeres y los temas relacionados a ellas en los medios. Mencionamos, además, que esta tradición nos advierte acerca de incurrir en definiciones universalizantes sobre las mujeres o concebir la comunicación como un proceso lineal y de imitación de la realidad. Esto nos permitió ubicarnos, en cambio, desde una perspectiva que abandona la idea de que existe una realidad social imitada por los medios: la prensa cotidiana se concibe como productora de la realidad social. En esta línea, los estudios culturales nos brindaron un modelo comunicacional que reconoce la agencia de las lectoras al tiempo que señala la relevancia de la etapa de producción de los discursos como determinante para la asignación de sentido. Finalmente, las teorías de los efectos indirectos exponen los modos en los que las características de los mensajes influyen en cómo piensan

las audiencias acerca de determinados asuntosls y nos proporcionan un marco para definir dimensiones de análisis de los contenidos de la prensa

Definiciones conceptuales

El objetivo general de nuestro trabajo es dar cuenta de los cambios, desde 1995 hasta la actualidad, en la cobertura de noticias relacionadas con la "salud sexual y reproductiva", la "violencia contra las mujeres" y la moda y la cosmética. A continuación expondremos brevemente cómo conceptualizamos los tres asuntos noticiosos analizados en este trabajo y por qué los consideramos relevantes para la investigación sobre las mujeres y los medios.

Para nuestra conceptualización de salud reproductiva y sexual adoptamos las definiciones provistas por el Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA). Estas consideran la salud reproductiva como un estado general de bienestar físico, mental y social y no de mera ausencia de enfermedad, en todos los aspectos relacionados con el sistema reproductivo. La salud reproductiva implica que las personas tengan la posibilidad de procrear y la libertad para decidir si hacerlo, cuándo y con qué frecuencia. La salud sexual, en cambio, es un estado de bienestar físico, emocional, mental y social en relación con la sexualidad. Su propósito es el desarrollo de la vida y de las relaciones personales implica que las personas sean capaces de disfrutar de una vida sexual satisfactoria y sin riesgos (2014)[2].

> Hablar de la salud sexual plantea la cuestión de lo que significa ser sexual. ¿Quién es, o tiene derecho a ser sexual, bajo qué condiciones, circunstancias y contexto, y con qué propósito o motivación? ¿Qué significa ser sexual en el contexto de las diferencias de poder, especialmente para las mujeres jóvenes, y cómo las diferencias de poder se manifiestan a medida que desarrollamos como seres sexuales? La identidad sexual e identidad de género están incrustados intrínsecamente en nociones de poder: ¿quién tiene el poder, con qué propósito, y cómo se les permite o derecho a usar ese poder? (OMS, 2002, p. 6)[3].

[2] Disponible online en http://www.unfpa.org/publications/reproductive-rights-are-human-rights accedido por última vez el 10/05/2016

[3] Disponible online en http://www.who.int/reproductivehealth/publications/sexual_health/defining_sexual_health.pdf accedido por última vez el 10/05/2016

Decidimos entender esta temática como vinculada a las mujeres por su carácter fundamental para el cumplimiento de los derechos de las mujeres. Tal como propone este fragmento la toma de decisiones sobre la "salud sexual y reproductiva" está intrínsecamente vinculada a las asimetrías de poder entre géneros. En general, a las mujeres se les asigna un rol pasivo en las relaciones sexuales y se asume que no deben querer o disfrutar de su sexualidad salvo por razones reproductivas. Estas suposiciones tienen un impacto funesto sobre la capacidad de las mujeres de tomar decisiones y de desarrollar su vida sexual de manera sana.

Los conceptos salud sexual y de salud reproductiva se superponen. Además de apoyar las funciones fisiológicas como el embarazo y el parto, buscan reducir los resultados adversos de la actividad sexual y la reproducción. Tienen por objeto permitir que las personas de todas las edades -incluyendo adolescentes y personas mayores a la edad reproductiva- tengan relaciones sexuales seguras y satisfactorias. Esta temática abarca noticias sobre (in)fertilidad y reproducción asistida, anticoncepción, aborto, cuidado de la madre y el feto, cuidado prenatal, parto, cuidado postnatal y lactancia, enfermedades de transmisión sexual, cuidado ginecológico y sobre información/educación sexual.

La cobertura mediática de "violencia contra las mujeres" es fundamental para la visibilidad de las asimetrías de poder entre géneros e influye en el modo en el que estas problemáticas surgen en la agenda pública. Entendemos por "violencia contra las mujeres", tal como hace la "Ley de protección integral para prevenir, sancionar, erradicar la "violencia contra las mujeres" en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpresonales" (Ley 26.485), "toda conducta, acción u omisión, que de manera directa o indirecta, tanto en el ámbito público como en el privado, basada en una relación desigual de poder, afecte su vida, libertad, dignidad, integridad física, psicológica, sexual, económica o patrimonial, como así también su seguridad personal. Quedan comprendidas las perpetradas desde el Estado o por sus agentes".

Esta temática abarca la violencia física, sexual y psicológica tanto en el seno de la familia como dentro de la comunidad en general. También incluye prácticas religiosas o tradicionales nocivas para la mujer, la violencia perpetrada o tolerada por el Estado y la trata o prostitución forzada de mujeres. Con respecto a este último subtema, creemos importante

argumentar nuestra decisión. Sin querer tomar una posición en el debate sobre la prostitución y sus efectos para las mujeres, consideramos que calificar a las trabajadoras sexuales, solo por el hecho de vender servicios sexuales, como víctimas implica pararse desde una perspectiva que no reconoce las formas variadas en las que se da esta actividad y que califica las transacciones mercantiles como denigrantes para las mujeres sin considerar la carencia de alternativas disponibles. Por lo tanto, sin querer clausurar el debate entre abolicionistas y regulacionistas, optamos por considerar dentro de la categoría de violencia solo aquellos casos de prostitución forzada.

Finalmente, definimos la moda como las tendencias en el modo de vestirse (ropa y accesorios), peinarse y maquillarse. La cosmética, en cambio, tiene que ver con la higiene y embellecimiento del cuerpo; abarca los productos que se usan para tal fin (perfumería, cremas, etc.) y los procedimientos (tratamientos, cirugías, etc.).

"Pensar la moda supone que la misma no opera como un fenómeno aislado e independiente de la sociedad en la que se ha gestado y de los cambios socio-culturales producidos" (Zambrini, 2011, p. 134). La moda debe ser entendida dentro de su contexto social: las tendencias en el ámbito de la moda expresan los valores de una sociedad determinada.

A partir de este vínculo entre la moda y las pautas sociales, podemos pensar en su función reguladora en el proceso de naturalización de las diferencias de género, dentro de la cultura occidental. La moda se constituye como uno de los marcadores más visibles de la condición social y de género y, por lo tanto cumple una función fundamental en la regulación de la escena social. En efecto, la moda manifiesta, en su desarrollo histórico, los modos de concebir la feminidad y la masculinidad. De esta manera, el cuerpo de las mujeres es el sitio en el que los ideales culturales femeninos pueden ser expresados(Craik, 2003; Crane, 2012; Zambrini, 2011).

Por su rol en la construcción de sentido en torno a la distinción genérica, la moda se configura como un área de estudio privilegiado para el análisis de los contenidos mediáticos desde una perspectiva de género. Lo que es más, la definición del interés por la estética y la vestimenta como reducto femenino, producto de la diferenciación entre valores masculinos

Universidad de San Andrés

y femeninos (Craik, 2003), explica su presencia obligada en un análisis sobre la cobertura periodística argentina de los temas vinculados a las mujeres.

Las definiciones aquí expuestas dan cuenta de la importancia de la cobertura mediática de los temas seleccionados para comprender el modo en el que los temas asociados a las mujeres son representados. Asimismo, su análisis permite hipotetizar su impacto en la visibilidad de las asimetrías de poder entre géneros y la toma de decisiones de las mujeres. El modo en el que se presenta la "violencia contra las mujeres" y los asuntos de "salud sexual y reproductiva" no sólo tienen el poder de influir en la opinión de las audiencias sino que impacta en la agenda política. Los artículos sobre "moda y cosmética", por su parte, exponen el lugar que se le asigna a un tema considerado típicamente "femenino".

2. Revisión de la literatura

Hasta aquí hemos resumido brevemente los enfoques teóricos y conceptuales que informan nuestra investigación. A continuación expondremos un repaso de lo escrito hasta el momento acerca de la relación entre las mujeres y los contenidos mediáticos.

En primer lugar, abordamos el campo de estudios sobre género y comunicación en general y presentamos sucintamente las distintas maneras en las que ha sido abordado, para luego ahondar en los trabajos que estudian la cobertura de temas vinculados a mujeres en los medios, a nivel internacional y en argentina en particular. Por último, repasamos brevemente las investigaciones sobre la cobertura de noticias sobre "violencia contra las mujeres", "salud sexual y reproductiva" y "moda y cosmética".

El campo de investigación de los estudios sobre comunicación y género se extienden más allá de la preocupación por los contenidos de los medios y la representación. Las investigadoras feministas han estudiado la relación entre las mujeres y el discurso (Tannen, 1994; West et al., 2000), la influencia de las periodistas y las mujeres en los puestos de toma de decisiones de los medios (Allan et al., 2002; Chambers, Steiner, & Fleming, 2004; Gallagher, 2002; Spears, Seydegart, & Gallagher, 2000; Van Zoonen, 1988), y la naturaleza de género (*gendered*) de los criterios de noticiabilidad y las rutinas productivas en los medios de comunicación (De Bruin, 2014; Gallagher, 2002; Kareithi Peter, 2014), entre otros. Incluso dentro de los estudios de género y contenido mediático, no todos ellos se han

enfocado en el discurso informativo. En efecto, gran parte de los avances en los estudios feministas de los medios surgen del análisis de las telenovelas (*soap operas*) y de su consumo (Ang & Couling, 1985; Charlotte & Lynn, 2007; Press, 2000).

Por su rol en la constitución de la realidad social y la formación de la opinión pública, los contenidos mediáticos han sido objeto de análisis para las académicas feministas a lo largo de los años. Como ya mencionamos, en 1978 Tuchman, Kaplan Daniels y Benét publican su germinal estudio sobre los roles de género en los medios, producto del análisis de contenidos televisivos, revistas femeninas y las secciones "de mujeres" de los diarios estadounidenses. Como plantea Tuchman en la introducción, el libro parte de la idea de que los roles de género delimitan pautas sociales sobre de qué apariencia, intereses, habilidades, comportamientos y autopercepciones son adecuadas y cuáles no. Este trabajo, se posiciona entonces desde una perspectiva de los medios como reflejo de la realidad, ya que considera que los medios "distorsionan" la realidad de las mujeres. La autora, siguiendo a Gerbner, considera que las mujeres en los medios americanos de la época eran aniquiladas simbólicamente, ya que sus identidades se omiten, se trivializan o se condenan. En particular, las autoras y los autores del libro encuentran que en la prensa gráfica los temas vinculados a las mujeres eran tratados como poco significativos o banales y explican que este tratamiento degrada a las mujeres mismas y sus logros (Tuchman et al. 1978).

La investigación feminista preocupada por la representación de las mujeres en los textos mediáticos ha encontrado que, a pesar del aumento de las mujeres como periodistas, estas siguen siendo sub-representadas en los contenidos mediáticos. En este sentido, encuentran que el vínculo entre el contenido de las noticias y quienes las producen son influenciados por factores socio-culturales que van más allá de la presencia de mujeres en las redacciones de los diarios o la producción de programas televisivos. De acuerdo con estas autoras, las mujeres, a lo largo del tiempo e independientemente del país, son invisibilizadas en el discurso mediático y cuando aparecen, en general, aparecen vinculadas a un hombre, sea como víctimas de violencia de género, sea como madres o como pareja de un hombre (Gallagher, 2002; Ross, 2010; Van Zoonen, 1988).

El Proyecto de "Monitoreo Global de Medios" (GMMP por sus siglas en inglés) es un estudio longitudinal sobre el género en los medios masivos a nivel mundial. Como nuestro

propio trabajo, este proyecto se preocupa por el modo en el que los medios presentan a las mujeres y los asuntos vinculados a ellas a lo largo del tiempo. Cada cinco años desde 1995, el GMMP ha estudiado la presencia de las mujeres en relación con los hombres, los prejuicios de género y los estereotipos en los contenidos de prensa gráfica, radio y televisión[4]. El monitoreo halló un incremento "lento pero constante" en la presencia de las mujeres en las noticias a lo largo del período comprendido entre el año 2000 y el 2010 (GMMP 2015). Sin embargo, en su última edición, en el 2015, el proyecto encontró que la tendencia ascendente se interrumpió y que las mujeres constituyeron únicamente el 24% de las personas sobre las que hablaron las noticias, exactamente el mismo porcentaje que en el 2010. Por otra parte, el estudio encuentra, que "la presencia relativa de las mujeres en las noticias se incrementó más en los medios impresos, al pasar de 16% en 1995 al 26% en 2015" (GMMP 2015; p33). Además, el informe reporta un aumento constante, desde 2005, en la proporción de noticias que abordan la igualdad y desigualdad de género, aun cuando este porcentaje permanece por debajo del 10%. En cuanto a la selección de mujeres como fuentes, el reporte concluye que la selección de fuentes está sesgada hacia los hombres y que persiste la propensión a presentar a los hombres como seres autónomos y a las mujeres como personas en relaciones de dependencia, al describirlas como madres, esposas o hijas (GMMP 2005).

En Argentina el debate acerca de las representaciones sexistas en las noticias no está ausente. En *El lado oscuro de los medios* (C. Torres, 2000, p. 16), se exponen los resultados de un monitoreo de medios gráficos, radiales y televisivos de Uruguay, Argentina, Chile y Paraguay en 1999. Este trabajo pretende "recrear la lectura crítica y superar la denuncia tosca que generó resistencias por parte de los medios" (C. Torres, 2000, p. 16). Así, buscan identificar lo que está sucediendo en el mundo de los medios con las mujeres al analizar un diario, un informativo radial y un informativo televisivo en cada país. El monitoreo encuentra que los medios no han sido capaces de incorporar en la representación de las relaciones de género las transformaciones de los modos de vida que se han dado en los últimos años (Torres 2000).

En el caso de Argentina, *El lado oscuro de los medios* encuentra que:

[4] Para más información sobre el proyecto visitar http://whomakesthenews.org/gmmp#sthash.wDZJ1jJn.dpuf

> Las cuestiones de género y las mujeres como protagonistas siguen ocupando un lugar marginal en la agenda mediática. Cuando aparecen, lo hacen asociadas a la imagen más tradicional de lo "femenino" (la sensibilidad, el servicio, su función de madres, la belleza, entre otros) o en un lugar secundario. (Torres 2000, 43)

En particular, el análisis que realizan de la tapa del diario *Clarín*, expone que el 90% de las noticias no menciona a mujeres y que sólo uno de los titulares del mes que nombra a mujeres es principal. En cuanto a las fotografías, se destaca que *"*las mujeres solo aparecen como representantes del mundo del espectáculo, como madre o como maestra" (Torres 2000, 32).

La literatura sobre contenidos mediáticos desde una perspectiva de género ha analizado también la cobertura noticiosa de cada uno de los temas estudiados en esta tesis. A continuación se presenta una revisión de los antecedentes sobre medios y "salud sexual y reproductiva", violencia de género y "moda y cosmética", que no pretende ser exhaustiva sino mostrar un paneo general de los enfoques que estas investigaciones han adoptado hasta el momento.

La literatura sobre género y salud expone que cuando los medios hablan de la salud de las mujeres lo hacen en relación con su función reproductiva. De este modo, la heterosexualidad y la maternidad siguen siendo la expresión sexual apropiada para las mujeres. Las mujeres que no cumplen con el ideal de mujer-madre, ya sea por su incapacidad de concebir, su sexualidad o su decisión de no tener hijos, son retratadas como "malas madres" y su femineidad es deslegitimada (Clarke, 2009; Revuelta, Alonso, Tomás, Guerrero, & Rohlfs, 2004; Shalev & Lemish, 2013; Shugg & Liamputtong, 2002).

La maternidad se glorifica como un rol público, y las mujeres y sus cuerpos son responsabilizados por la fertilidad, infertilidad y preservación de la fertilidad de la pareja (Shalev & Lemish, 2012, 2013). De este modo, el cuerpo de la mujer "infértil" es considerado defectuoso y la infertilidad se construye como un fracaso personal y social. En particular, para el caso Israelí, Shalev y Lemish encuentran que la prensa contribuye a la perpetuación de la idea de que las tecnologías reproductivas son una necesidad para la realización de la

ciudadanía de las mujeres (2012). Asimismo, las autoras encuentran en la representación de los cuerpos de las mujeres una disociación entre cuerpos sexuales y cuerpos reproductivos que habilita la condena de la sexualidad sin fines reproductivos (Shalev & Lemish, 2013).

Otra temática que ha sido muy estudiada y que tiene una creciente visibilidad en los medios es el cáncer de mama. La cobertura noticiosa de este asunto tiende a enfocarse en el sufrimiento y la historia personal de quienes sufren la enfermedad y no profundiza en los riesgos ambientales ni en los modos de prevención (Andsager & Powers, 2001; Atkin, Smith, McFeters, & Ferguson, 2008).

La literatura anglosajona expone una falta de información detallada sobre las enfermedades de transmisión sexual en los medios de comunicación impresos (Davidson & Wallack, 2004; Major & Walker, 2010). Lo que es más, algunas autoras señalan que las revistas femeninas comunican a las jóvenes que deben temer a las enfermedades de transmision sexual, aparentemente omnipresentes, y se las desalienta a tener sexo (Clarke, 2009).

En Argentina, la investigación sobre contenidos mediáticos y "salud sexual y reproductiva" parece focalizarse en el tratamiento noticioso sobre el aborto. La literatura sobre este asunto encuentra que su tratamiento es esporádico y que se centra generalmente en casos puntuales. Cuando la cuestión del aborto aparece en el escenario mediático, tiende a presentarse como atravesado por posiciones polarizadas e irreconciliables. Es recién hacia el 2004 que la presencia del tema en los medios aumenta y los diferentes periódicos adoptan posturas diferenciadas ante el debate (Brown, 2008; Carbajal, 2009; Petracci, 2003). El discurso militante en contra de la práctica del aborto, de inspiración católica, queda acotado al diario *La Nación* mientras que *Página/12* defiende abiertamente la despenalización; *Clárín*, en cambio, tiene una postura ambivalente frente al tema y combina voces a favor y en contra de la despenalización (Carbajal, 2009).

Los discursos mediáticos alrededor de la fertilización asistida también han sido estudiados para el caso Argentino. En este caso, la fertilización asistida es admitida y se sostiene bajo la asociación de la infertilidad como enfermedad y del "deseo del hijo

biológico" como natural, más allá de los medios y riesgos necesarios para alcanzar el embarazo (PETRACCI et al., 2011)

En cuanto a la presencia de las mujeres en las noticias sobre salud, el GMMP ha encontrado un incremento, donde las mujeres constituyen el 35% de las personas en las noticias de este tema (2015). Sin embargo, en la literatura las mujeres siguen sin ser mencionadas en la mayoría de los subtemas vinculados a salud y cuando aparecen lo hacen en su rol de pacientes, mientras que los hombres son presentados como políticos o como médicos (Revuelta et al., 2004; Ruiz, Martín, La Parra, Vives, & Albaladejo, 2004).

De los temas investigados en nuestro trabajo, quizás el más estudiado es el tratamiento noticioso de la violencia de género. La literatura señala que los medios tienden a enfocarse en las historias dramáticas de algunos individuos y a ignorar las condiciones estructurales de la "violencia contra las mujeres" (Barnett, 2014; Greer, 2007; Montiel, 2014). La cobertura mediática de crímenes tiende a concentrarse en los ejemplos más graves de delincuencia y victimización, poniendo en primer plano los casos violentos y de carácter sexual (Greer 2007, Korn & Efrat 2004). En particular, los crímenes de carácter sexual cumplen con los criterios de noticiabilidad que determinan qué eventos se visibilizan en la prensa. "Estos incidentes incluyen todos los ingredientes de una buena historia y son capaces de atraer y excitar a los lectores y espectadores." (Korn & Efrat 2004, 1063) Lo que es más, en la actualidad asistimos a una creciente espectacularización de las noticias policiales, que son producidos como acontecimientos mediáticos, imprevisibles y sensacionales (Greer 2007).

Conjuntamente, no todas las mujeres que han sufrido por violencia reciben igual atención ni son tratadas de la misma manera por los medios; los medios reflejan y refuerzan una "jerarquía de la victimización" encabezada por las víctimas que pueden ser representadas como víctimas ideales - inocentes y merecedora de simpatía y compasión - y victimas "indignas", para quienes resulta mucho más difícil alcanzar la condición de víctima genuina (Greer 2007; Gilchrist 2010).

Muchas autoras han señalado además que los medios tienden a polarizar a las víctimas mujeres como "vírgenes" o como "putas" y a diferenciar a la mujer "buena" de la mujer "mala" (Ardovini-Brooker & Caringella-MacDonald, 2002; Gilchrist, 2010; Greer, 2007;

Meyers, 1996) Esta oposición binaria entre virgen y puta es perjudicial para la víctima (o su familia) y para la comprensión del público en general. El retrato de la mujer como puta es destructivo porque culpabiliza a la víctima por la violencia ejercida sobre ella y encubre la responsabilidad del perpetrador. La construcción de la víctima como virgen es nociva por que retrata a las mujeres de manera idealizada e irreal, perpetúa la idea de que existe una conducta femenina legítima y esconde las raíces culturales del problema de la violencia de género al representar al sospechoso como un monstruo (Korn & Efrat 2004).

La mayoría de las investigaciones que estudian los contenidos mediáticos sobre "moda y cosmética" desde una perspectiva de género, se ocupan de analizar los efectos (y riesgos) de la exposición mediática en la satisfacción de las mujeres con sus cuerpos (Cohen, 2006; Mahler, Beckerley, & Vogel, 2010; Stice, Spangler, & Agras, 2001; Tiggemann, 2003). La mayoría de estos trabajos analiza la influencia que tienen los medios sobre las adolescentes y tienden a concluir que a mayor exposición mediática mayor insatisfacción con el propio cuerpo.

A pesar de su alto perfil en los medios de comunicación, la moda no es usualmente considerada como un tema serio y por lo general se trata solo en las revistas femeninas o en la sección "de mujeres" de los periódicos (Esteban, 2000; Gilbert, 1993; Kawamura, 2004). En los medios "la moda se presenta más bien como un infalible vehículo de belleza convertida así en un bien tangible y adquirible"(R. Torres, 2007, p. 216).

Entre los trabajos más paradigmáticos sobre el contenido de publicaciones femeninas se encuentra el de Eliseo Verón *Cuando leer es hacer: la enunciación en el discurso de la prensa gráfica.* En este capítulo Verón estudia el vínculo que distintas revistas femeninas le proponen a la lectora y expone las variaciones enunciativas entre distintas portadas de revistas femeninas como formas de diferenciación de las diferentes publicaciones (Verón 2005).

También atenta a la enunciación de la información de moda, Esteban, en su estudio sobre el encuadre de la moda en los diarios españoles entre 1900 y 1994, concluye que hay una tendencia a presentar estas noticias como de y para mujeres (2000).Sin embargo, esta autora encuentra que entre las décadas de los 80 y los 90 se produce un aumento significativo

del tema en los medios españoles y las noticias empiezan a aparecer en diversas de secciones. En cuanto a los contenidos, destaca el predomino de la indumentaria, asociada a su uso privado y cotidiano, como la temática con mayor presencia informativa a lo largo del tiempo y la única que figura regularmente como tema central (Esteban, 2000).

Por su rol en la configuración de la realidad social y su influencia en la agenda pública, los contenidos mediáticos han sido un ámbito muy estudiado por las académicas feministas. Los antecedentes que presentamos en esta sección exhiben la sub-representación de las mujeres en los contenidos mediáticos y la tendencia de los medios a presentar a las mujeres como personas en relación de dependencia. Existe, empero evidencia para hipotetizar un incremento lento pero constante de la presencia de mujeres en los contenidos mediáticos y un aumento del enfoque de igualdad, tal como lo demuestra el informe del Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP 2015).

Hemos mencionado también los hallazgos de diversos estudios enfocados en el tratamiento noticioso de la "salud sexual y reproductiva", la "violencia contra las mujeres" y la moda y la cosmética. La revisión de la bibliografía sobre contenidos mediáticos y salud de las mujeres evidencia que cuando los medios hablan de ese tema, lo hacen en relación a la función reproductiva de las mujeres. Por su parte, la literatura acerca de la cobertura sobre temas de "violencia contra las mujeres" encontró que las noticias tienden a enfocarse en las historias dramáticas de ciertos individuos y a ignorar las asimetrías de poder estructurales que posibilitan estos comportamientos. Además, estos análisis exponen que la agenda mediática tiende a presentar los casos más violentos y llamativos, como consecuencia de los valores noticiosos. Finalmente, con respecto a las noticias sobre "moda y cosmética", los trabajos considerados en este breve estado de la cuestión concluyen que la moda no es usualmente considerada como un tema serio y que existe una tendencia a presentar las noticias sobre este tema como de y para mujeres.

Este breve repaso de la bibliografía informa la formulación de nuestra pregunta de investigación y sirve como marco para considerar los resultados que surjan de nuestros datos para el caso argentino en el período estudiado. En la próxima sección explicitamos la pregunta que guía nuestro análisis y los objetivos específicos que orientan la investigación.

Universidad de San Andrés

3. Preguntas de investigación

La pregunta de investigación que guía nuestro trabajo es: ¿Cuáles fueron, si los hubo, los cambios en la cobertura periodística sobre temas vinculados a mujeres? En particular esta tesis busca dar cuenta de los cambios y continuidades en la cobertura en la prensa cotidiana argentina, entre 1995 y 2015, de tres áreas temáticas: la "salud sexual y reproductiva", la "violencia contra las mujeres" y la moda y la cosmética.

Con el fin de orientar nuestra investigación, definimos los siguientes objetivos específicos:

1. Describir las características generales de la cobertura periodística sobre "salud sexual y reproductiva", violencia de género y "moda y cosmética" entre 1995 y 2015.

2. Identificar para cada uno de los temas las diferencias y continuidades en la cobertura periodística a lo largo del tiempo.

3. Identificar para cada tema si existen diferencias entre la cobertura de Clarín y Página/12.

4. Marco metodológico

El estudio de la cobertura noticiosa a lo largo del tiempo nos permite ver los cambios y tendencias de los discursos de la prensa. Pero además, debido al rol de la prensa cotidiana en la producción de la realidad social, nuestro análisis nos habilita a pensar en la relación entre estos discursos y los modos en los que la sociedad piensa estos asuntos.

Aun cuando la crítica al contenido mediático ha sido fundamental para el Movimiento Internacional de las Mujeres, en Argentina, la cobertura periodística de temas vinculados a mujeres ha sido poco estudiada en su dimensión diacrónica. En esta dirección, nuestro trabajo se propone dar cuenta de los cambios y continuidades en la cobertura periodística sobre la "salud sexual y reproductiva", la "violencia contra las mujeres" y la moda y la cosmética, entre el año 1995 y el 2015.

Para nuestro estudio de la cobertura mediática de temas vinculados a mujeres utilizamos el análisis de contenido, una técnica de investigación cuantitativa que permite el estudio riguroso y sistemático de los discursos (Krippendorff, 2012). Esta aproximación a los discursos convierte al mensaje en algo susceptible de ser descripto y analizado por medio

de la codificación de las características relevantes del texto a partir de una grilla en la que se establecen las variables a observar y los valores que estas pueden llegar a tomar.

En esta sección exponemos los criterios que nos llevaron a la selección de los diarios, definimos las estrategias de muestreo utilizadas, narramos el modo en el que se llevó a cabo la elaboración del corpus y precisamos cuáles son las unidades de análisis. Llegados a este punto, especificamos cuáles son las variables que utilizamos en nuestra codificación y explicamos cómo calculamos la fiabilidad de nuestro instrumento de medición.

Selección de los medios

Los diarios elegidos para la obtención de los artículos sobre temas vinculados a mujeres fueron Clarín y Página/12. La capacidad de un medio de marcar agenda e influir en la producción de la realidad social depende de su poder de difusión y reproducción. Clarín es el diario con más tirada verificado por el IVC. La selección de Página/12, en cambio, se fundamenta por criterios comparativos, ya que la diferencia en las líneas editoriales de ambos diarios permite revelar las diferencias entre los discursos y avanzar en la visualización del modo en el que los medios gráficos nacionales cubren los temas vinculados a mujeres (Steimberg & Traversa, 1997).

Estos criterios coinciden con los propuestos por el Proyecto Global de Monitoreo de medios, ya que se trata de diarios de circulación nacional, comprendiendo al de mayor circulación, y que reflejen la diversidad del sistema de medios Argentino (GMMP 2015).

Estrategias de muestreo y construcción del corpus

El estudio abarca el período desde el año 1995 al año 2015. Las dos décadas analizadas inician en el año de la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing de la UNESCO, dónde se reconoce a los medios como un ámbito fundamental para igualdad de género. Como parte de sus objetivos la plataforma propone “Fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer en los medios de difusión” (UNESCO, 1995, sec. J). Asimismo, este período coincide con el estudiado por el Proyecto de Monitoreo Global de Medios, lo que facilita la comparación.

Universidad de San Andrés

Se relevaron noticias de los diarios *Clarín* y *Página/12* de los años impares comprendidos en el período a estudiar, a partir de una adaptación del procedimiento de muestreo por semana compuesta. Por año, y para cada diario, se recolectaron todas las noticias de 7 días, correspondientes a los días de la semana (lunes, martes, miércoles, jueves, viernes, sábado y domingo). Cada uno de estos días corresponde a un mes distinto, intercalado (por ejemplo: lunes de enero, martes de marzo). De este modo, se buscó tener una muestra representativa de todos los períodos del año y de todos los días de la semana.

La obtención del material y la construcción del corpus se realizaron a partir de la consulta de los ejemplares de ambas publicaciones presentes en la hemeroteca de la Biblioteca Nacional Mariano Moreno y la hemeroteca de la Biblioteca del Congreso de la nación. Para seleccionar las noticias pertinentes a las temáticas definidas, se revisaron las ediciones completas de los diarios, con todas sus secciones.

Unidades de análisis

Las unidades de análisis de nuestra investigación fueron todas las noticias sobre "salud sexual y reproductiva", "violencia contra las mujeres" y "moda y cosmética" presentes en los diarios consultados. No se tuvieron en cuenta como parte del corpus ni las cartas de los lectores al diario ni los espacios de marca, por no considerárselos parte de la cobertura periodística. Para definir si las noticias pertenecían a alguna de las áreas temáticas de interés se tuvo en cuenta el título, la bajada y el primer párrafo. De este modo, de los 154 ejemplares de Clarín y Página/12 comprendidos en la muestra, se obtuvieron 466 artículos para la codificación y su análisis.

Análisis de contenido y variables

Para el análisis cuantitativo y sistemático de las noticias se utilizó la técnica de análisis de contenido, que nos permitirá describir tendencias y comparar la cobertura de la prensa sobre los temas que nos interesan (Hernandez Sampieri, 1994). El texto de los artículos fue codificado para las siguientes categorías y variables:

Diario: registra de qué diario se trata.

Año: registra de qué año es la noticia.

Variables de formato: se codifica la sección en la que aparece la noticia y el tamaño de la nota en página.

Asunto del contenido: dos variables registran el asunto de la noticia; la variable "tema" permite identificar si la nota trata sobre "salud sexual y reproductiva", "violencia contra las mujeres" o "moda y cosmética". Se definieron además 22 subcategorías que son contempladas por la variable "subtema". Algunos ejemplos son: anticoncepción, aborto, ETS, femicidios, acoso sexual y violación, indumentaria, cosmética.

Presencia de hombres y mujeres en la noticia: las variables "presencia de mujeres" y "presencia de hombres" registran si la noticia identifica al menos a una mujer o al menos a un hombre. Las variables "mujer protagonista" y "hombre protagonista", por su parte, registran la presencia de al menos una mujer/hombre como protagonista de la nota. La variable "cantidad de mujeres como fuente" cuenta cuántas mujeres son citadas como fuentes en cada noticia.

Cantidad y función de las mujeres como fuente: este conjunto de variables codifica cuántas mujeres fueron citadas como especialistas, voceras, testigos, "voz del pueblo", víctimas de violencia, madres de víctimas, parientes o amigas de víctimas, políticas, juezas, fiscales o abogadas.

Enfoques de la noticia: finalmente existen dos variables que refieren al enfoque de la noticia. La variable "enfoque de igualdad" registra si el artículo enfatiza claramente los temas concernientes a la igualdad o desigualdad entre mujeres y hombres. La variable "encuadre episódico o temático", por su parte, registra si el enfoque de la noticia es episódico o temático. Si presenta el tema en términos de un caso concreto o un evento específico, el enfoque es episódico. El encuadre temático, en cambio, es aquel en el que el asunto es abordado desde un contexto general, como problemática social (Iyengar, 1990).

Fiabilidad

Para medir el nivel de acuerdo intersubjetivo tomamos una muestra de 70 noticias, 15% del total de noticias, las cuales fueron analizadas por una codificadora diferente, entrenada a partir de la lectura del libro de códigos disponible en el anexo. Esta codificación alternativa se utilizó para garantizar que los resultados no fueran producto de la

interpretación subjetiva de la investigadora y hallar el grado de replicabilidad de la codificación (Krippendorff, 2012). De este modo, encontramos un porcentaje total de acuerdo del 87,9% entre ambas codificadoras, con un coeficiente Cohen Kappa promedio de 0,77 y un desvío estándar promedio de 0,13. El mayor nivel de acuerdo fue de 100% para la variable "cantidad de mujeres como especialistas" y el menor fue de 72,9% para la variable "espacio en página". Estos resultados permiten establecer un grado considerable de replicabilidad y fiabilidad a nuestro análisis.

5. Resultados

En nuestro análisis de la cobertura periodística sobre temas vinculados a mujeres, empezamos por examinar la presencia de hombres y mujeres en las noticias. Proseguimos, luego, a explorar cómo fue el tratamiento noticioso de cada uno de los temas en los dos diarios y a lo largo del período en cuestión. Finalmente, consideramos el uso del enfoque de igualdad y de los encuadres episódicos o temáticos en los artículos que forman parte del corpus.

Presencia de hombres y mujeres en las noticias

A lo largo del período estudiado encontramos un aumento constante y significativo en la presencia de mujeres en el contenido de las noticias analizadas, mientras que la presencia masculina no cambia significativamente entre 1995 y 2015. La brecha en la visibilidad de hombres y mujeres hacia el inicio del período, dónde sólo la mitad de las notas mencionaban a mujeres mientras que el 72% mencionaba a hombres, se ha reducido considerablemente (**¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**) (Tabla 1). La probabilidad de que la noticia mencione al menos una mujer no varía de un diario a otro. El cambio en la presencia de mujeres en las noticias analizadas no es igual para todos los temas (Tabla 2). Mientras que la presencia de mujeres aumenta significativamente para las notas de "salud sexual y reproductiva", el cambio no es significativo para las noticias sobre "violencia contra las mujeres" ni aquellas que tratan sobre "moda y cosmética". Además, en la cobertura de noticias sobre "violencia contra las mujeres" y sobre cosmética no existe una brecha entre la presencia de hombres y mujeres. En las noticias sobre salud, por el contrario, la presencia de mujeres es muy inferior a la de los hombres al principio del período, pero esta distancia se reduce a medida que pasan los años (Gráfico 2).

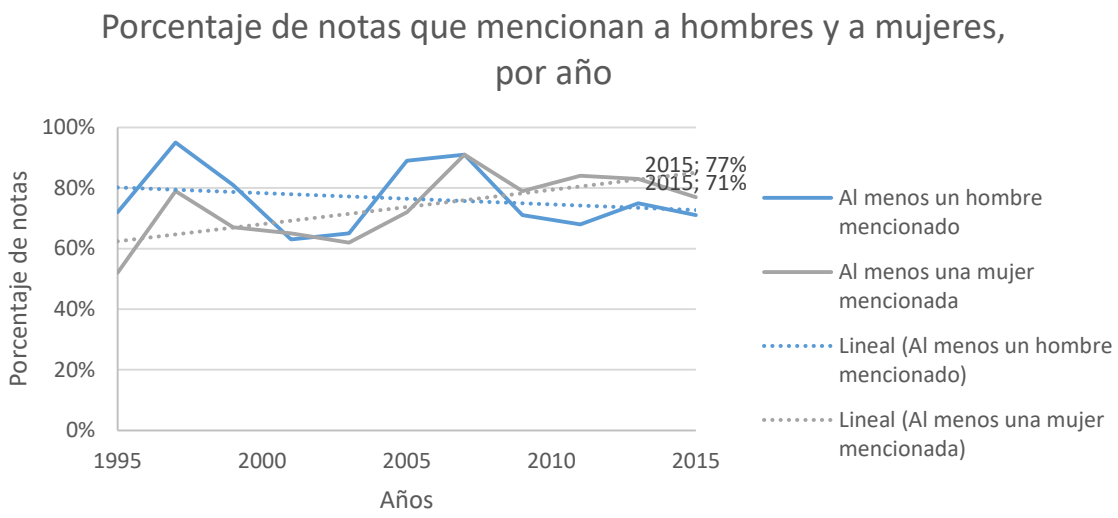


Gráfico 1

QUAERERE VERUM
Universidad de San Andrés

Tabla 1

Regresión logística de las variables presencia de hombres y mujeres sobre año controlando por diario

VARIABLES	Mujeres	Hombres
Año	0.125**	-0.0307
	(0.0359)	(0.0362)
diario	-0.103	0.133
	(0.222)	(0.217)
Constant	0.356	1.258**
	(0.283)	(0.300)

Errores estándar entre paréntesis

** p<0.01, * p<0.05[5]

Tabla 2

Regresión logística de la variable presencia de mujeres, por tema, sobre año controlando por diario

[5] Para nuestro análisis consideramos significativos los valores que se encuentran en el rango p<0.01

VARIABLES	"salud sexual y reproductiva" Presencia de mujeres	"violencia contra las mujeres" Presencia de mujeres	"moda y cosmética" Presencia de Mujeres
año	0.284**	0.0515	0.0152
	(0.0774)	(0.0903)	(0.0570)
Constant	-1.024*	2.254**	-0.000140
	(0.475)	(0.686)	(0.432)
Observations	96	237	133

Errores estándar entre paréntesis
** p<0.01, * p<0.05

Gráfico 2

La presencia de mujeres como protagonistas, es decir, como sujeto principal de la noticia y de los hechos referidos en ella, no aumenta a lo largo del tiempo para el nivel de significación p< .01 (Tabla 3). El porcentaje de notas con mujeres protagonistas es igual al porcentaje de notas con hombres protagonistas: del total de 466 notas 28% tienen hombres como protagonistas y 28% mujeres protagonistas.[6]La diferencia entre los diarios no es significativa (Tabla 3).

Tabla 3
Regresión logística de la variable "presencia de mujeres como protagonistas" sobre año controlando por diario

VARIABLES	Mujer protagonista	Hombre protagonista

[6] Las notas pueden tener protagonistas de ambos sexos.

Año	0.0613	-0.00700
	(0.0350)	(0.0342)
Diario	0.0980	0.319
	(0.209)	(0.212)
Constant	-1.421**	-1.078**
	(0.295)	(0.285)
Observations	466	466

Errores estándar entre paréntesis
** p<0.01, * p<0.05

Mujeres como fuente

La probabilidad de tener al menos una mujer como fuente no cambia significativamente con el correr de los años (Tabla 4). 41% de las notas analizadas tenía una o más mujeres como fuente. La probabilidad de tener al menos una mujer como fuente cambia dependiendo de qué diario se trate (Tabla 4). 50% de las notas de Página/12 y 66% de las notas de clarín no tuvieron ninguna mujer como fuente. El promedio de mujeres como fuente por nota es de 0,67. En otros términos, hay menos de una mujer como fuente por nota.

Tabla 4

Regresión logística de la variable "presencia de mujeres como fuentes" sobre año controlando por diario

VARIABLES	Mujer como fuente
Año	0.0759*
	(0.0325)
Diario	-0.663**
	(0.193)
Constant	-0.540*
	(0.265)
Observations	466

Errores estándar entre paréntesis
** p<0.01, * p<0.05

En cuanto a los temas, encontramos que 51% de las notas sobre "salud sexual y reproductiva", 46% de las notas sobre "violencia contra las mujeres" y 23% de las notas sobre "moda y cosmética" citan al menos a una mujer como fuente. Lo que es más, las noticias sobre "salud sexual y reproductiva" citan más mujeres que las otras. Para comprobarlo realizamos una prueba *t* y hallamos que, con un nivel de significación de p< .01, las noticias sobre "salud sexual y reproductiva" tienen en promedio más cantidad de mujeres como fuente

que las de los otros dos temas, y la diferencia es significativa. Mientras que las noticias sobre "violencia contra las mujeres" y "moda y cosmética" tienen en promedio 0,59 mujeres como fuente, las notas sobre "salud sexual y reproductiva" tienen casi una mujer como fuente por nota (Tabla 5).

Tabla 5

Medias de mujeres como fuente diferenciadas por tema

	Observaciones	Media	Error estándar	Desvío estándar
"violencia contra las mujeres" y "moda y cosmética"	370	.59	.055	1,07
"salud sexual y reproductiva"	96	.95	.122	1.20

Universidad de SanAndrés

Resulta interesante que, cuando las mujeres fueron citadas, la mayoría lo hizo en tanto que especialista: 39% de las mujeres citadas fue entrevistada como especialista, 14% fueron citadas como voceras y el 11% como víctimas. En cuanto al modo en el que los diarios citaron a las mujeres, encontramos que la distribución de las funciones es muy similar en ambos diarios (Gráfico 4) (Tabla 6). En ambos diarios la función más desempeñada por las citas de mujeres fue la de experta y seguida por vocera y víctima. Separamos a las madres de víctimas de violencia de género de otras personas cercanas para ver si existía una tendencia a presentar a las mujeres en el rol de madre. En efecto, las madres son citadas más veces que el resto de las parientes y amigas. En total, las personas cercanas a víctimas de violencia componen el 8% de las mujeres citadas en las noticias analizadas.

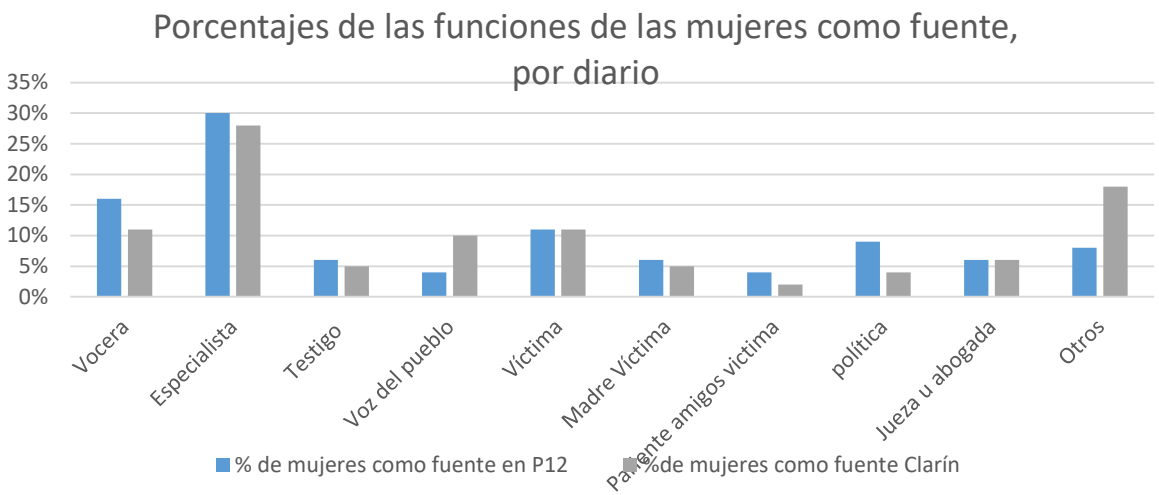


Gráfico 3

Tabla 6

Porcentajes de las funciones de las mujeres como fuente, por diario

	% de las mujeres fuente en P12	% de las mujeres fuente en Clarín	% del total de mujeres como fuentes
Vocera	17%	11%	14%
Especialista	30%	28%	29%
Testigo	6%	5%	5%
Voz del pueblo	4%	10%	7%
Víctima	11%	11%	11%
Madre Víctima	6%	5%	5%
Pariente/amiga	4%	2%	3%
Política	9%	4%	7%
Jueza u abogada	6%	6%	6%
Otros	8%	18%	13%
Total	100%	100%	100%

Gráfico 4

Universidad de SanAndrés

Análisis de la cobertura periodística por tema

El espacio que se le dedica a la cobertura de noticias sobre "salud sexual y reproductiva", "violencia contra las mujeres" y "moda y cosmética", en su conjunto, no cambia significativamente a lo largo del tiempo ni varía entre los dos diarios (Tabla 7). Sin embargo, el tamaño de las notas varía según el tema. Para cada uno de los temas, las notas mayores a una página alcanzan el 30%. Sin embargo, mientras que el 57% de las noticias de "salud sexual y reproductiva" y el 59% de las notas sobre "violencia contra las mujeres" abarcan más de media página, el 52% de las notas de moda ocupan menos de un cuarto de página.

Tabla 7
Regresión logística de la variable "espacio" sobre año controlando por diario

VARIABLES	Espacio en página
Año	-0.00400
	(0.0192)
Diario	-0.0366
	(0.117)
Constant	2.497**
	(0.159)
Observations	466

Errores estándar entre paréntesis
** p<0.01, * p<0.05

La cobertura de noticias sobre "moda y cosmética" está compuesta, principalmente, por algunas notas grandes, que a veces abarcan varias páginas, y por gran cantidad de notas pequeñas. Además, las notas sobre esta temática permanecen "limitadas" a las secciones para mujeres de ambos medios: el 83% de las notas de Página/12 sobre esta temática se encuentran en el suplemento Las 12 y el 78% de las pertenecientes a Clarín aparecen en el suplemento Mujer.

QUAERERE VERUM
Universidad de San Andrés

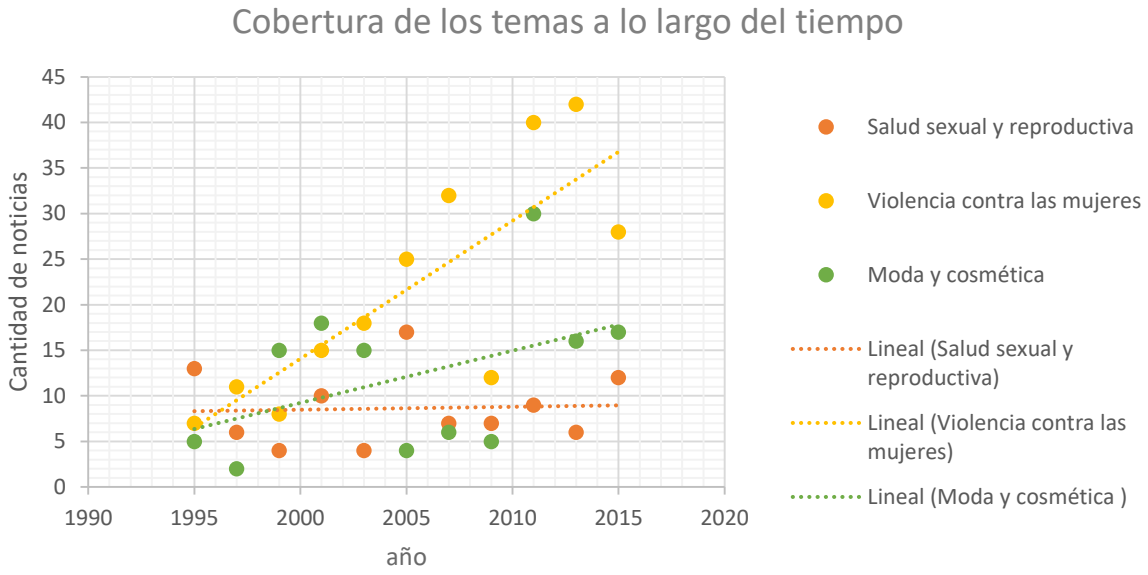


Gráfico 5

Gráfico 6

El 72% de las notas sobre "moda y cosmética" fueron escritas por Clarín, conformando el 36,5% de las notas de este diario (Gráfico 6). En términos absolutos, la cobertura de este tema no aumenta ni disminuye significativamente a lo largo del tiempo en ninguno de los dos diarios (Tabla 8). Conjuntamente, aunque cabía esperar un aumento en la presencia de hombres en esta temática, sea mencionados o como protagonistas, no se identificó un cambio significativo.

Universidad de SanAndrés

Tabla 8
Regresión logística de la cobertura de temas sobre año controlando por diario

VARIABLES	"salud sexual y reproductiva"	Violencia	"moda y cosmética"
año	-0.119**	0.0887**	-0.0152
	(0.0389)	(0.0314)	(0.0345)
diario	-0.889**	-0.177	0.966**
	(0.237)	(0.189)	(0.224)
Constant	-0.102	-0.486*	-1.413**
	(0.297)	(0.257)	(0.297)

Errores estándar entre paréntesis
** p<0.01, * p<0.05

A medida que pasan los años, la cantidad de noticias sobre "violencia contra las mujeres" aumenta (Gráfico 5) (tabla 8). La cobertura de Clarín sobre esta temática no cambia significativamente a lo largo del tiempo, mientras que la de Página/12 aumenta significativamente con el pasar de los años (tabla 9). Los diarios se "reparten" la cobertura de temas de "violencia contra las mujeres" (Gráfico 6). En otras palabras, aunque inicialmente Página/12 cubre menos notas que Clarín sobre este tema, 45% del total sobre "violencia contra las mujeres" las escribe Página/12 y 55% las escribe Clarín, y la diferencia no es estadísticamente significativa (Gráfico 6) (Tabla 9).

Universidad de San Andrés

Tabla 9[7]
Regresión logística de la cobertura de violencia sobre año, distinguiendo por diario

VARIABLES	Clarín Violencia	Página/12 Violencia
Año	0.00745	0.225**
	(0.0397)	(0.0542)
Constant	-0.0831	-1.414**
	(0.308)	(0.400)
Observations	266	200

Errores estándar entre paréntesis
** p<0.01, * p<0.05

[7] Para llevar a cabo esta regresión se generó una variable nueva que toma el valor 1 cuando el tema era "violencia contra las mujeres" y cero cuando era sobre alguna de las otras dos temáticas. Lo mismo se hizo con los temas "salud sexual y reproductiva" y "moda y cosmética", cuyos resultados se encuentran en las tablas 10 y 11.

Las noticias sobre "salud sexual y reproductiva" disminuyen significativamente con el correr de los años, de acuerdo a la regresión logística de la variable "salud sexual y reproductiva" sobre año controlando por diario (Tabla 8). No obstante, el Gráfico 5 nos permite inferir que ese cambio fue poco pronunciado. Además, la cobertura de este tema es distinto en los dos diarios y la diferencia es significativa. El 60% de las notas sobre este tema fueron publicadas por Página/12. La cobertura de Clarín no presenta un cambio significativo con el paso del tiempo, mientras que la cobertura en Página/12 disminuye significativamente (Tabla 10).

Tabla 10
Regresión logística de la cobertura de salud sexual y reproductiva sobre año, distinguiendo por diario

	Clarín	Página/12
VARIABLES	"salud sexual y reproductiva"	"salud sexual y reproductiva"
año	-0.0550	-0.181**
	(0.0558)	(0.0555)
Constant	-1.411**	0.292
	(0.415)	(0.384)

Errores estándar entre paréntesis
** p<0.01, * p<0.05

Universidad de SanAndrés

Tabla 11
Regresión logística de la cobertura de moda y cosmética sobre año, distinguiendo por diario

VARIABLES	Página/12 Moda y cosmetica	Clarín Moda y cosmetica
Año	-0.101	0.0216
	(0.0627)	(0.0414)
Constant	-0.853	-0.710*
	(0.437)	(0.323)
Observations	200	266

Standard errors in parentheses
** p<0.01, * p<0.05

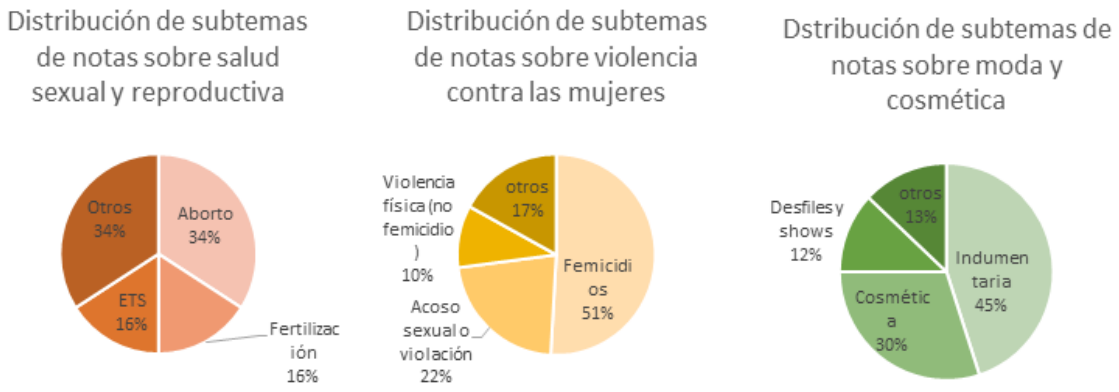


Gráfico 7

El subtema al que más cobertura se le dedicó fue *femicidio*, seguido por *acoso sexual o violación*; juntos componen el 36% del total de noticias analizadas. Dentro de las noticias sobre "violencia contra las mujeres", las notas sobre femicidios constituyen 51% de los artículos (**¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**). La distribución de los subtemas de "violencia contra las mujeres" fue similar en ambos diarios. Clarín le dedico 59% de sus notas al subtema femicidio y Página/12 41%. 20 y 25% de las notas trataron sobre abuso sexual o violación y 9 y 11% sobre violencia física, para Clarín y Página/12 respectivamente.

Universidad de San Andrés

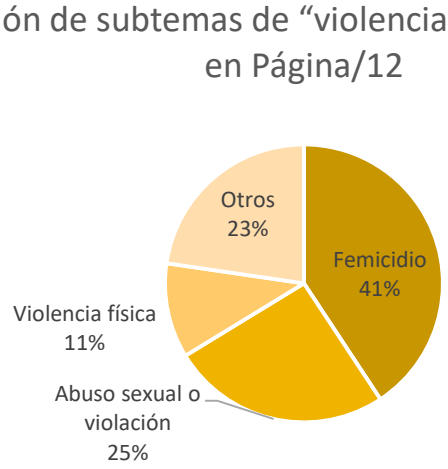
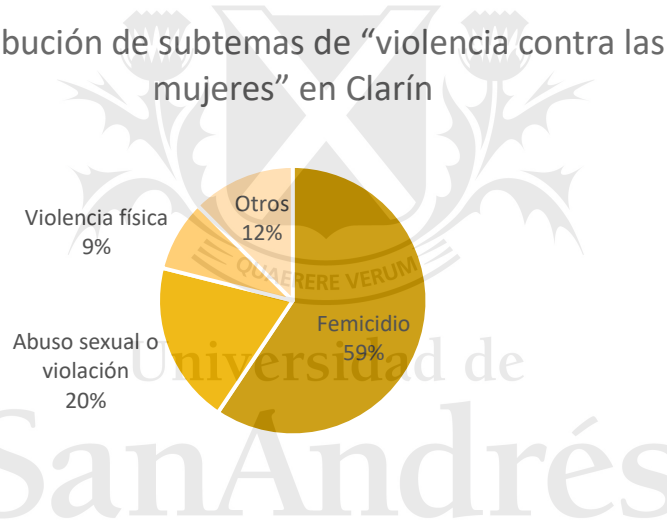


Gráfico 8



Universidad de SanAndrés
QUAERERE VERUM

Gráfico 9

El aborto fue el subtema más profuso dentro de las noticias sobre “salud sexual y reproductiva” (Gráfico 7). Cabe destacar que 25 de las 31 noticias sobre este subtema fueron escritas por Página/12. Así, mayoría de las noticias sobre “salud sexual y reproductiva” de Página/12 fueron sobre aborto (Gráfico 10) y sobre enfermedades de transmisión sexual y fertilización en Clarín (Gráfico 11).

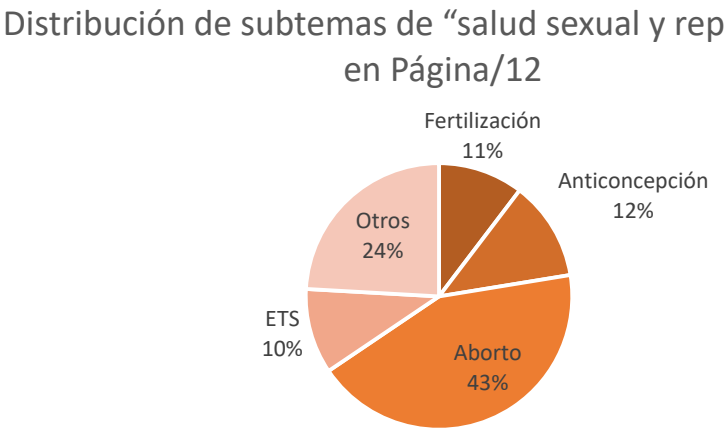


Gráfico 10

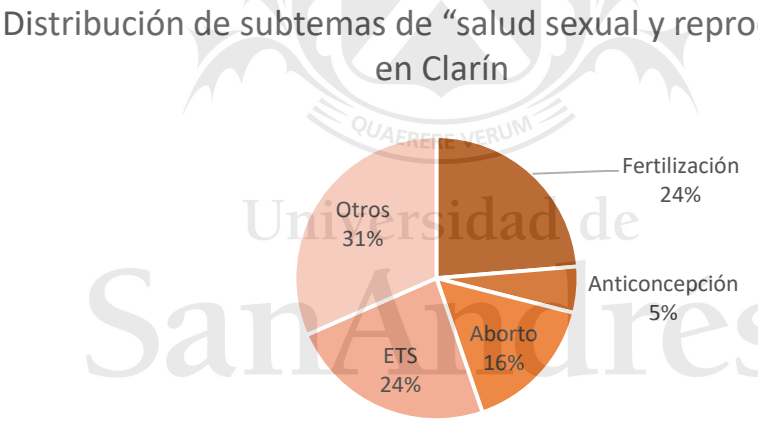


Gráfico 11

Las noticias sobre indumentaria son las más numerosas dentro de las notas sobre moda y constituyen el 45% de estas (Gráfico 7); sin embargo, existen diferencias entre los diarios en la distribución de los subtemas de moda. En Pagina 12 41% de las notas fueron sobre indumentaria y 47% sobre cosmética, mientras que en Clarín 46% de las notas fueron sobre indumentaria, 24% sobre cosmética y 14% sobre desfiles y shows (Gráfico 12 y Gráfico 13).

QUAERERE VERUM
Universidad de San Andrés

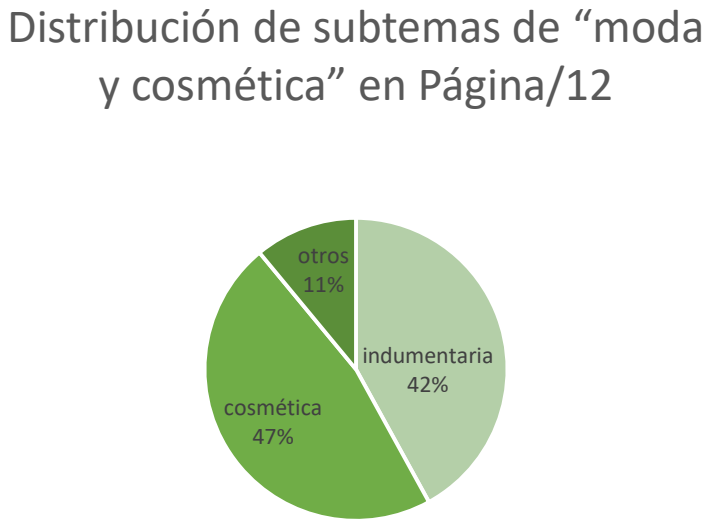


Gráfico 12

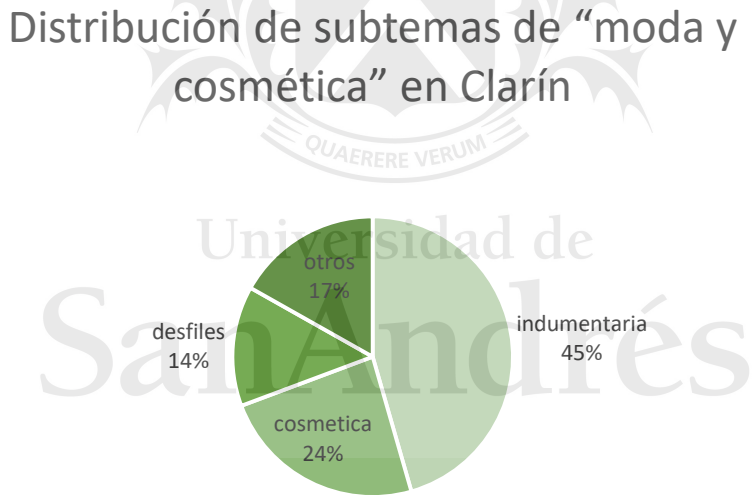


Gráfico 13

Enfoques de las noticias

El porcentaje de noticias que abordan los temas estudiados desde una perspectiva de igualdad y desigualdad de género no aumenta significativamente con el pasar de los años (Tabla 12). Sólo 15% de las notas tiene enfoque de género, 77% de las cuales fueron publicadas por Página/12. Es decir, la proporción de este enfoque varía considerablemente entre los diarios: 27% de las notas de Página/12 y 6% de las notas de Clarín tienen enfoque

Universidad de San Andrés QUAERERE VERUM

de igualdad. En cuanto a la distribución por temas, encontramos que 36% de las notas de "salud sexual y reproductiva" y 15% de las notas sobre "violencia contra las mujeres" presentan este enfoque. No hay ninguna nota sobre moda que demuestre una preocupación por la (des)igualdad entre géneros.

Tabla 12
Regresión logística de la variable "Enfoque de igualdad" sobre año controlando por diario

VARIABLES	Enfoque de Igualdad
año	0.0597
	(0.0472)
diario	-1.804**
	(0.304)
Constant	-1.385**
	(0.370)
Observations	466

Errores estándar entre parentesis
** p<0.01, * p<0.05

El encuadre episódico de una noticia es aquel en el que el tema es presentado en términos de un caso concreto o un evento específico. El encuadre temático, en cambio, es aquel en el que el asunto es abordado desde un contexto general, como problemática social. Cuando una noticia presenta este enfoque, suele proponer explicaciones estructurales o hacer referencia al contexto social. Nuevamente, el período estudiado no presenta un incremento significativo de ninguno de estos enfoques (Tabla 13). La distribución entre los diarios, en cambio, es

significativa. 63% de las notas con enfoque temático fueron escritas por Página/12. La mitad de las notas de Clarín tuvieron un enfoque episódico y sólo 17,3% enfoque temático. 33% de las notas de Clarín y 15% de las notas de Página/12 no pudieron ser categorizadas a partir de estos encuadres. La mayoría (86%) de las notas que no pudieron ser categorizadas como episódicas o temáticas pertenecían al tema "moda y cosmética".

Tabla 13
Regresión logística de la variable "enfoque episódico-temático" sobre año controlando por diario[8]

VARIABLES	Episodico o temático
Año	0.0222
	(0.0356)
Diario	-0.998**
	(0.235)
Constant	1.545**
	(0.309)
Observations	466

Errores estándar entre parentesis
** p<0.01, * p<0.05

Del total de notas sobre "violencia contra las mujeres", sólo el 20% tuvieron un enfoque temático. 77% de estas fueron escritas por Página/12. 12,6% de las notas sobre femicidios presentaron un encuadre temático. 23% de las notas sobre acoso sexual y violación tuvieron enfoque episódico, pero ninguna fue escrita por Clarín.

[8] Para llevar a cabo esta regresión se generó una variable nueva que toma el valor 1 cuando el enfoque era temático y 0 cuando el enfoque era episódico.

6. Hallazgos

A fin de responder a nuestra pregunta de investigación, primero describimos la cobertura noticiosa en general para el período y los temas estudiados. En segunda instancia exponemos los cambios y continuidades en la cobertura periodística a lo largo del tiempo. Finalmente, identificamos las diferencias entre los diarios en el modo de presentar las noticias sobre "salud sexual y reproductiva", "violencia contra las mujeres" y "moda y cosmética" entre 1995 y 2015.

Descripción general de la cobertura noticiosa

En nuestro análisis encontramos que 76% de las noticias sobre "salud sexual y reproductiva", "violencia contra las mujeres" y "moda y cosmética" presentes en nuestra muestra menciona al menos a una mujer. Además, encontramos que cuando se citó a una mujer, generalmente se la citó en el rol de especialista, lo cual contradice los hallazgos de otras autoras que postulan que los diarios citan a las mujeres en función de su relación con los hombres (GMMP, 2015). Sin embargo, en el 60% de las noticias de nuestra muestra no mencionaba a ninguna mujer como fuente y el porcentaje de mujeres protagonistas fue igual al de los hombres, a pesar de la preminencia que se le tiende a asignar a los temas estudiados para la vida de las mujeres. Estos hallazgos nos permiten considerar que existe una sub-representación de las mujeres en los contenidos de la prensa gráfica argentina, tal como lo prevé la literatura.

En cuanto al lugar en la agenda que se le asigna a las temáticas estudiadas, encontramos que el tema sobre el que más se publicó y al que más espacio se le dedicó fue el de "violencia contra las mujeres" y, en particular, al subtema femicidio. Este resultado nos habla de los criterios de selección y jerarquización de la prensa. Se suele decir en el ámbito periodístico que "los muertos van a la cabeza". Las historias policiales, sobre todo las más violentas, reciben más atención por parte de los medios, mientras que temas vinculados a la salud, que también son fundamentales para los derechos de las mujeres, y temas que hacen a la vida cotidiana de las mujeres (y los hombres) son relegados a un segundo plano.

En cuanto al enfoque de las noticias, podemos advertir que la mera presencia de temas vinculados a mujeres en los medios de comunicación no implica la visibilización de las

desigualdades a las que se enfrentan las mujeres: sólo 15% de las noticias tuvieron enfoque de igualdad, a pesar de que las tres temáticas lo admitían. Por su parte, el predominio del encuadre episódico sobre el temático expone que los medios tienden a cubrir los asuntos de mujeres como ocurrencias aisladas, enfocándose en la experiencia individual, en vez de presentar los eventos noticiosos como parte de una tendencia generalizada o como asuntos relevantes para las políticas públicas. Al presentar los temas en función de un caso concreto o un evento específico, los medios promueven una definición de los hechos en términos de responsabilidad individual y encubren las desigualdades estructurales que afectan a las mujeres (Iyengar, 1990).

Cambios y continuidades a lo largo del tiempo

Nuestro análisis permite concluir que, si bien existieron cambios en la cobertura periodística a lo largo del tiempo, prevalecen las continuidades en el período de tiempo estudiado.

En cuanto a la cobertura de los tres temas, encontramos que mientras la cobertura de noticias sobre "violencia contra las mujeres" aumentó con el tiempo, la cobertura sobre "salud sexual y reproductiva" disminuyó. Esto tiene grandes implicancias para comprender el lugar que se les asigna a las mujeres en los medios. Por un lado, la información sobre "salud sexual y reproductiva" es capital debido a la importancia de esta para la toma de decisiones de las mujeres respecto a sus cuerpos y su bienestar en los aspectos relacionados a la reproducción y la sexualidad. En este sentido, su disminución en la agenda noticiosa y su probable efecto en la agenda pública pone en riesgo el debate sobre cuestiones fundamentales para los derechos de las mujeres. Por otra parte, el aumento de las noticias sobre "violencia contra las mujeres", aunque da visibilidad a la asimetría de poder entre géneros, posiciona a la mujer en el rol de víctima, y no como una persona autónoma.

Si bien la presencia de mujeres en las noticias analizadas aumentó significativamente con el correr de los años y se eliminó la brecha en la visibilidad de hombres y mujeres, este cambio sólo fue significativo para las notas de "salud sexual y reproductiva", mientras que en los otros dos temas la presencia de mujeres se mantuvo constante durante todo el período. Lo que es más, otros indicadores dan cuenta de la sub-representación de las mujeres en los contenidos periodísticos analizados. Ni la probabilidad de tener a una mujer como

protagonista ni la probabilidad de tener al menos una mujer como fuente cambiaron a lo largo de los 20 años estudiados.

El reporte del Proyecto de Monitoreo Global de Medios permitía anticipar un aumento, aunque pequeño, del enfoque de igualdad a lo largo del tiempo (GMMP, 2015). En nuestro trabajo, sin embargo, no encontramos cambios significativos en el tiempo para el uso de este encuadre. Lo mismo sucede con el encuadre temático: se mantiene constante a pesar del paso del tiempo. De este modo, aun cuando los medios cubren temas de capital importancia para los derechos de las mujeres, en general no han contribuido al debate sobre la situación de desigualdad en la que se encuentran las mujeres ni han exhibido las asimetrías de poder entre géneros.

Diferencias en la cobertura de Clarín y Página/12

A partir de los resultados de nuestro estudio, observamos que existen grandes diferencias en el modo en el que Clarín y Página/12 cubren los temas estudiados. En primer lugar, encontramos que la probabilidad de que una noticia tenga al menos una mujer como fuente, plantee el asunto desde una perspectiva de igualdad o tenga enfoque temático es mayor en Página/12 que en Clarín. En segundo lugar, aunque el tema más profuso para ambos diarios es "violencia contra las mujeres", la agenda es distinta en cuanto a la distribución de los otros dos temas. Clarín publicó el 72% del total de notas sobre moda y Página/12 el 60% de las notas sobre "salud sexual y reproductiva". Por último, ambas publicaciones difieren en el modo en el que presentan el contenido de cada tema y los atributos que enfatizan.

"salud sexual y reproductiva"

En términos absolutos, la cobertura de temas de "salud sexual y reproductiva" fue la menos profusa, con sólo 96 noticias, 58 de las cuáles fueron escritas por Página/12. A diferencia de lo que cabía esperar tras la lectura de la literatura, el subtema "aborto" fue el que más cobertura recibió. Sin embargo, tal como expusimos en los resultados, el 80% de las noticias sobre este asunto fueron publicadas por Página/12, un diario que, como demostró Carbajal (2009), defiende abiertamente la despenalización. Además, una mirada atenta a los datos expone que, tal como lo plantearan estudios anteriores sobre el tema en Argentina, el

aborto adquiere cierta preminencia recién hacia mediados del 2000: el 80% del total de noticias sobre este subtema fueron escritas entre el 2005 y el 2015.

Ahora bien, resulta interesante que nuestro análisis, enfocado específicamente en los asuntos de salud vinculados a la sexualidad y la reproducción, no encontrara una preeminencia de noticias referidas a la función reproductiva de las mujeres. En efecto, mientras que el tema más relevante para Página/12 fue el aborto, Clarín le dedicó la el mismo porcentaje de notas al tema enfermedades de transmisión sexual que al de "fertilización" asistida; para el período estudiado solo 36% de las noticias tuvieron que ver con infertilidad y tecnologías reproductivas, cuidado de la madre y el feto o cuidado ginecológico. Asimismo, 1995 fue el único año en el que la reproducción asistida fue el subtema de salud más relevante, como consecuencia del debate de un proyecto de ley sobre salud reproductiva que era tratado en el poder legislativo. Es decir, en ese caso se trataba más bien de la injerencia de la agenda pública en la agenda mediática y no de una tematización del asunto iniciada por la prensa misma. De todas maneras, este hallazgo debería ser analizado a la luz de un análisis cualitativo del discurso de los artículos, con el fin de determinar si dentro del texto periodístico se hace hincapié o no en la función reproductiva y maternal de la mujer.

"violencia contra las mujeres"

Desde el comienzo del período, la cobertura de Clarín sobre temas de violencia es abundante. La cobertura de Página/12, en cambio, aumenta a medida que pasan los años hasta alcanzar el nivel de cobertura de Clarín.

Para profundizar en el establecimiento de agenda y el encuadre de las noticias analizamos las noticias sobre esta temática que fueron publicadas en las tapas de los diarios. Tal como lo prevé la literatura, encontramos que las noticias sobre "violencia contra las mujeres" que llegaron a la tapa de Clarín relatan casos muy violentos y donde hay al menos una hipótesis de abuso sexual (Tabla 14). Lo que es más, la mayoría de las notas tienen un enfoque temático y ninguna de ellas se posiciona desde un enfoque de igualdad. Este hallazgo resulta particularmente relevante al tener en cuenta la posición del diario Clarín en el sistema de medios argentinos, ya que, debido a su gran circulación, es capaz de influenciar la agenda pública y de influir en la constitución de la realidad social de manera privilegiada.

La cobertura noticiosa de Clarín durante los años estudiados jerarquiza los casos que permiten crear una trama similar a la novela policial. Por ejemplo, casos como el "Crimen de Villa Golf" y el "Caso ángeles", o que tienen una implicancia política, como el "escándalo" sexual por el que fue acusado el ex jefe del FMI Strauss-Kahn, o el doble crimen de la Dársena, en el que dos mujeres fueron asesinadas por los hijos del poder y que luego derivó en la caída del gobierno de Marina Aragonés de Juárez y en la intervención federal de la provincia.

Existe, entonces, una clara tendencia a la construcción de los casos de "violencia contra las mujeres" como casos excepcionales, capaces de atraer y excitar a los lectores. Un ejemplo extremo son las noticias sobre un femicidio vinculado, en el que un hombre asesinó a su mujer, a sus hijos y luego se suicidó. En este caso, mientras que Página/12 tituló la noticia "Mató a su ex mujer, sus dos hijos y se suicidó", Clarín titula "Historia de horror, locura y muerte" y "Un romance que había nacido entre libros de arte".

Resulta interesante que ninguna nota sobre violencia de género fuera localizada en tapa antes del 2003, teniendo en cuenta que sabemos que la cobertura en Clarín a lo largo de los años fue constante. Este hecho, a la luz del análisis de los títulos que hemos presentado, puede pensarse como consecuencia de la progresiva espectacularización de las noticias policiales que reconoce Greer, donde los casos son cada vez más seleccionados y "producidos" como si fueran eventos mediáticos (2007).

Universidad de San Andrés

Tabla 14

Notas de tapa sobre "violencia contra las mujeres" Clarín

Fecha	Título de la noticia	Encuadre
23/06/2003	Santiago: dura homilía del obispo contra la impunidad	Episódico
22/09/2005	Mató al marido, pero fue absuelta	Episódico
30/01/2007	Crimen en Villa Golf: todos los testigos deben declarar otra vez	Episódico
09/02/2007	Crimen de Villa Golf: un pintor denuncia que lo quieren culpar	Episódico
24/10/2007	Detienen a una familia entera por abusar de sus cinco chicos	Temático

17/05/2007	Historia de horror, locura y muerte	Episódico
17/05/2007	Un romance que había nacido entre libros de arte	Episódico
09/05/2009	Detienen a un hombre por violar 20 años a su hija	Episódico
06/12/2011	Liberado tras casarse con la mujer que violó	Episódico
19/05/2011	Renunció el jefe del FMI por el escándalo sexual	Episódico
13/06/2013	Imprevisto giro en la investigación del crimen de Ángeles	Episódico
25/05/2015	Una seguidilla interminable	Temático

La cantidad reducida de notas de tapa sobre "violencia contra las mujeres" en Pagina 12 se debe, principalmente, a la matriz de tapa del diario, que tiende a focalizarse en una noticia principal y unos pocos titulares que remiten a noticias adentro del diario (Tabla 15). Tal como se evidenciaba para la cobertura en general, encontramos en las noticias de tapa una proporción mayor de noticias con enfoque temático que en Clarín. Asimismo, encontramos dos notas con enfoque de igualdad: "Las víctimas contra las violencias", que versa sobre un proyecto de ley que apunta a proteger del maltrato en todas sus formas a niños, niñas, mujeres, ancianos y discapacitados, y "la víctima es la víctima", una nota de opinión sobre la importancia de usar el término "víctima" para los casos de violencia de género.

Tabla 15

Notas de tapa sobre "violencia contra las mujeres" Página/12

Fecha	**Título de la noticia**	**Encuadre**
17/05/2007	Mató a su ex mujer, sus dos hijos y se suicidó	Episódico
27/11/2009	La victima es la victima	Temático
25/05/2015	Femicidio en monte hermoso	Episódico
03/03/2015	El crimen machista que despertó a una provincia	Temático
10/09/2015	La implicancia, una clave que no se nombra	Temático

"moda y cosmética"

A partir de los datos observados en el análisis de contenidos podemos concluir que efectivamente, la moda y la cosmética son definidas como reducto femenino. La cobertura sobre los modos de vestirse, peinarse, maquillarse y embellecer el cuerpo está circunscriptas a las secciones de mujeres de ambos medios. Más aún, aunque cabía esperar un incremento de la presencia de los hombres en las noticias sobre estas temáticas, esta se mantuvo estable.

Esta construcción de la moda y la cosmética como espacio reservado a las mujeres responde tanto a valores socioculturales como a criterios profesionales de qué es lo importante y qué es lo noticiable. La conjunción de estas ideas sobre la relevancia de la moda desvaloriza los intereses considerados típicamente "femeninos" y las experiencias cotidianas de las mujeres al tiempo que priva a los hombres de considerarse lectores legítimos sobre ese asunto. De esta manera, estos patrones de exclusión e inclusión ayudan a perpetúan la distinción genérica que les da origen, ya que delimitan qué es considerado femenino y qué es considerado masculino en nuestra sociedad.

Otro rasgo de la cobertura periodística sobre "moda y cosmética" en general es la preminencia del subtema indumentaria, tal como hallara Esteban para el caso español (2000). Existe, empero una diferencia en la distribución de los subtemas en la cobertura de los dos diarios estudiados. Las noticias de Página/12 se reparten entre indumentaria y cosmética, mientras que la mayoría de las notas de Clarín son sobre indumentaria y el resto de las noticias se reparten entre más de un subtema.

Conclusiones

Nuestro trabajo se propone dar cuenta de los cambios y continuidades en la cobertura de temas vinculados a mujeres en la prensa cotidiana argentina entre 1995 y 2015. Con este objetivo, buscamos describir el modo en el que Página/12 y Clarín trataron en sus páginas los temas de "salud sexual y reproductiva", "violencia contra las mujeres" y "moda y cosmética" a lo largo del período.

Por lo que se refiere a la cobertura noticiosa en el período en general, nuestro análisis nos permite concluir que existe una sub-representación de las mujeres en los contenidos

mediáticos estudiados. En cuanto a la constitución de la agenda noticiosa, en la que predomina la cobertura de casos de "violencia contra las mujeres", la relevancia que se le asigna a los temas estudiados responde a criterios periodísticos que privilegian los acontecimientos sensacionales, imprevistos y con alto impacto emocional. Al considerar esto a la luz de la baja tendencia a utilizar enfoques de igualdad o un encuadre temático, concluimos que la mera presencia de temas vinculados a mujeres en la prensa no implica la visibilización de las desigualdades estructurales a las que estas se enfrentan.

Respecto a los cambios a lo largo del tiempo, hallamos que, si bien hubo cambios en la cobertura periodística de los tres temas, prevalecen las continuidades. El único cambio significativo que identificamos con el correr del tiempo fue la eliminación de la brecha entre la mención de hombres y de mujeres en los artículos. La probabilidad de que una mujer fuera protagonista de una nota o que fuera citada en ella se mantuvo constante para las dos décadas que comprende este estudio. Tampoco se evidenciaron cambios en la probabilidad de que las noticias presentaran un enfoque de género o un encuadre temático.

Finalmente, identificamos diferencias marcadas en la cobertura que hicieron Clarín y Página/12 de los asuntos estudiados. La agenda de los dos diarios es diferente: aunque el tema más publicado en ambos diarios es "violencia contra las mujeres", Clarín prioriza las noticias sobre moda y Página/12 las noticias sobre "salud sexual y reproductiva". El modo en el que presentan los asuntos también es diferente en los dos diarios. Las noticias de Página/12 son más propensas a presentar el tema como problemática social, a destacar las preocupaciones por la igualdad de género y a citar mujeres como fuente.

La relación entre los medios y la realidad social no es unidireccional. Los discursos de la prensa gráfica son el resultado de patrones socioculturales al tiempo que los refuerzan. Por un lado, podemos concebir a los medios de comunicación como productores de la realidad colectiva. Tal como advierten las teorías de los efectos indirectos, la importancia que los medios dan a los asuntos y el modo en el que hablan de estos promueven una definición particular de estos en la agenda pública. Por el otro lado, tal como proponen Entman y Rojecki, lo que vemos y no vemos en los medios refleja la combinación de factores culturales y profesionales (2001). Así, los contenidos mediáticos materializan y cristalizan los patrones socioculturales y criterios profesionales que les dan origen.

Universidad de San Andrés

En efecto, a partir de nuestros hallazgos es posible pensar en la existencia de un círculo vicioso de influencia entre las pautas socioculturales y profesionales y los productos mediáticos. Esta interacción de fuerzas, con alteraciones, podría dar lugar a representaciones diferentes (Entman & Rojecki, 2001). De esta manera, los cambios y continuidades que experimentan las sociedades y sus prácticas culturales normativas se plasman en los contenidos mediáticos. En sociedades donde las mujeres y los asuntos vinculados a ellas continúan siendo marginados, los contenidos periodísticos encarnan esta lógica de género al tiempo que la perpetúan y legitiman.

Mientras más poder de difusión y reproducción tengan los medios, mayor será su impacto en la construcción de la realidad social. En este contexto, que el diario de mayor tirada del país tienda a presentar las noticias sobre temas vinculados a mujeres como casos aislados, sin citar a mujeres y prescindiendo de una perspectiva de género se convierte en un obstáculo para la consecución de la igualdad entre géneros.

Asimismo, la tendencia de los contenidos analizados a ignorar las experiencias de las mujeres y su propensión a banalizar y marginalizar los asuntos vinculados a ellas evidencia las construcciones de género consideradas aceptables en nuestra sociedad al tiempo que las refuerzan. La persistencia de esta lógica jerárquica de los géneros, expuesta por nuestro trabajo, da cuenta de cuán arraigada está la sumisión de lo femenino ante lo masculino.

Universidad de SanAndrés

La igualdad de género es un derecho humano y es una precondición para la creación de sociedades sustentables y justas. El sentido común lleva a pensar que las desigualdades entre hombres y mujeres tienden a desaparecer con el tiempo y que estos cambios se evidencian, también, en los contenidos mediáticos. En algunos aspectos, parece que efectivamente la brecha entre hombres y mujeres se ha reducido en las últimas décadas: las mujeres tienen mayor acceso a la salud y la educación, mayor participación laboral y han incrementado su representación política.

Sin embargo, nuestro trabajo evidencia la persistencia de los patrones culturales de género y de los esquemas de jerarquización de lo masculino sobre lo femenino durante los veinte años estudiados. En 1929, en el fragmento que da inicio a nuestra tesis, Virginia Woolf señalaba la prevalencia de los intereses masculinos en detrimento de los asuntos afines a las mujeres. Casi noventa años después, estas estructuras de género continúan vigentes: las noticias de

fútbol tienen lugar en las portadas de los diarios, mientras que los artículos sobre indumentaria siguen relegados a la sección de mujeres.

La brecha de género se produce (y reproduce) en el campo de lo simbólico. Por su rol como cristalizadores y productores de la realidad social, los contenidos mediáticos constituyen un espacio privilegiado para el estudio del cambio cultural y la realidad colectiva (Entman & Rojecki, 2001). Nuestro trabajo comprueba la inercia y resistencia de la lógica jerárquica entre lo masculino y femenino. Los temas vinculados a mujeres tienen poco lugar en las tapas y las páginas de los diarios y, cuando aparecen, esto no supone la deconstrucción de las desigualdades estructurales entre los géneros. La producción de contenidos noticiosos para la prensa gráfica en argentina permanece dentro de las prácticas culturales normativas que subordinan a las mujeres. Los contenidos periodísticos de los últimos veinte años encarnan la lógica de género y expresan las diferencias sociales consideradas aceptables en nuestra sociedad al tiempo que las refuerzan y legitiman.

QUAERERE VERUM
Universidad de
SanAndrés

Bibliografía consultada

Allan, S., Branston, G., & Carter, C. (2002). *News, Gender and Power*. Routledge.

Andsager, J. L., & Powers, A. (2001). Framing Women's Health With a Sense-Making Approach: Magazine Coverage of Breast Cancer and Implants. *Health Communication*, *13*(2), 163-185.

Ang, I., & Couling, D. (1985). *Watching Dallas: Soap opera and the melodramatic imagination*. Psychology Press. Recuperado a partir de https://books.google.com.ar/books?hl=en&lr=&id=Q-YnkqXZKGQC&oi=fnd&pg=PR7&dq=women+soap+opera&ots=kpVdqbrxYj&sig=uXZaKTvZJVus4B965CzDy3CdNyI

Ardovini-Brooker, J., & Caringella-MacDonald, S. (2002). Media attributions of blame and sympathy in ten rape cases. *The Justice Professional*, *15*(1), 3–18.

Atkin, C. K., Smith, S. W., McFeters, C., & Ferguson, V. (2008). A Comprehensive Analysis of Breast Cancer News Coverage in Leading Media Outlets Focusing on Environmental Risks and Prevention. *Journal of Health Communication*, *13*(1), 3-19. http://doi.org/10.1080/10810730701806912

Barnett, B. A. (2014). Sex trafficking in mass media: gender, power and personal economies. *Media and gender: a scholarly agenda for the Global Alliance on Media and Gender*, 23.

Brown, J. L. (2008). La cuestión del aborto en Argentina. *Questión, vol. 1, no. 20*. Recuperado a partir de http://hdl.handle.net/10915/32149

Carbajal, M. (2009). El aborto en medios gráficos argentinos. *Despenalizacion. org. ar, Hojas Informativas nº 8*. Recuperado a partir de http://www.despenalizacion.org.ar/pdf/hojas_informativas/08_carbajal.pdf

Chambers, D., Steiner, L., & Fleming, C. (2004). *Women and Journalism*. Psychology Press.

Charlotte, B., & Lynn, S. (2007). *Feminist Television Criticism: A Reader*. McGraw-Hill Education (UK).

Clarke, J. (2009). Women's work, worry and fear: the portrayal of sexuality and sexual health in US magazines for teenage and middle-aged women, 2000-2007. *Culture, Health & Sexuality*, *11*(4), 415-429. http://doi.org/10.1080/13691050902780776

Cohen, S. B. (2006). Media exposure and the subsequent effects on body dissatisfaction, disordered eating, and drive for thinness: a review of the current research. *Mind Matters: The Wesleyan Journal of Psychology*, *1*, 57–71.

Craik, J. (2003). *The Face of Fashion: Cultural Studies in Fashion*. Routledge.

Crane, D. (2012). *Fashion and Its Social Agendas: Class, Gender, and Identity in Clothing*. University of Chicago Press.

Curran, J. (1998). Repensar la comunicación de masas. En *Estudios culturales y comunicación: análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo* (pp. 187–256). Paidós Ibérica. Recuperado a partir de http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2127197

Davidson, A. E., & Wallack, L. (2004). A Content Analysis of Sexually Transmitted Diseases in the Print News Media. *Journal of Health Communication*, *9*(2), 111-117.

De Bruin, M. (2014). Gender and newsroom cultures. *Media and gender: a scholarly agenda for the Global Alliance on Media and Gender*, 49.

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of communication*, *43*(4), 51–58.

Entman, R. M., Matthes, J., & Pellicano, L. (2009). Nature, sources, and effects of news framing. *The handbook of journalism studies*, 175–190.

QUAERERE VERUM
Universidad de San Andrés

Entman, R. M., & Rojecki, A. (2001). *The black image in the white mind: Media and race in America*. Wiley Online Library. Recuperado a partir de http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1460-2466.2001.tb02878.x/abstract

Esteban, P. P. (2000). El encuadre de la moda en los diarios españoles de información general de ámbito nacional (1900-1994). *Revista Latina de comunicación social*, (28), 7.

Gallagher, M. (2002). Women, media and democratic society: in pursuit of rights and freedoms". En *Expert group meeting on "participation and access of women to the media, and the impact of media on, and its use as an instrument for the advancement and empowerment of women*. Citeseer. Recuperado a partir de http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.535.4478&rep=rep1&type=pdf

Gallagher, M., & Valdivia, A. (2003). Feminist media perspectives. *A companion to media studies*, 19–39.

Ghanem, S. (1997). Filling in the tapestry: The second level of agenda setting. *Communication and democracy: Exploring the intellectual frontiers in agenda-setting theory*, 3–14.

Gilbert, M. (1993). The women's page: A modern version of an old idea. Recuperado a partir de http://dspace.nelson.usf.edu/xmlui/handle/10806/9150

Gilchrist, K. (2010). «Newsworthy» Victims? Exploring differences in Canadian local press coverage of missing/murdered Aboriginal and White women. *Feminist Media Studies*, *10*(4), 373–390.

Greer, C. (2007). News media, victims and crime. *Victims, crime and society*, 20–49.

Hall, S. (1980). Cultural studies: Two paradigms. *Media, culture and society*, *2*(1), 57–72.

Hall, S. (2001). Encoding/decoding. *Media and cultural studies: Keyworks*, 166–176.

QUAERERE VERUM
Universidad de San Andrés

Hernandez Sampieri. (1994). *Metodología de la investigación*. Mexico: McGraw-Hill.

Iyengar, S. (1990). Framing responsibility for political issues: The case of poverty. *Political Behavior, 12*(1), 19-40. http://doi.org/10.1007/BF00992330

Kareithi Peter, J. (2014). *Hegemonic masculinity in media contents, Media and Gender, Edited by Aimee Vega Montiel*. UNESCO.

Kawamura, Y. (2004). *Fashion-ology: An Introduction to Fashion Studies*. Berg.

Krippendorff, K. (2012). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage. Recuperado a partir de https://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=s_yqFXnGgjQC&oi=fnd&pg=PR1&dq=krippendorff+content+analysis&ots=b11SZVnmAX&sig=5Xgtm3RSZpLxFC5GODRbeDe9YhA

Lazar, M. M. (2007). Feminist critical discourse analysis: Articulating a feminist discourse praxis 1. *Critical Discourse Studies*, *4*(2), 141–164.

Mahler, H. I., Beckerley, S. E., & Vogel, M. T. (2010). Effects of media images on attitudes toward tanning. *Basic and applied social psychology*, *32*(2), 118–127.

Major, L. H., & Walker, K. K. (2010). Newspapers Lack Substantive Reporting on Sexual Issues. *Newspaper Research Journal*, *31*(4), 62-76.

McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public opinion quarterly*, *36*(2), 176–187.

McCombs, M., & Ghanem, S. I. (2001). The convergence of agenda setting and framing. *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*, 67–81.

Meyers, M. (1996). *News Coverage of Violence against Women: Engendering Blame*. SAGE Publications.

Montiel, A. V. (2014). Violence against women and media: advancements and challenges of a research and political agenda1. *Media and gender: a scholarly agenda for the Global Alliance on Media and Gender*, 17.

Morley, D. (1998). Populismo, revisionismo y los« nuevos» estudios de audiencia. En *Estudios culturales y comunicación: análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo* (pp. 417–438). Paidós Ibérica. Recuperado a partir de http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2127215

Morley, D. (2006). Unanswered Questions in Audience Research. *Communication Review*, *9*(2), 101-121. http://doi.org/10.1080/10714420600663286

OMS. (2002). Defining sexual health. Report of a technical consultation on sexual health. Recuperado a partir de http://www.who.int/reproductivehealth/publications/sexual_health/defining_sh/en/

Petracci, M. (2003). *Sondeos y políticas: La Opinión pública sobre la salud y los derechos sexuales y reproductivos en la Argentina, 2003-2006*. Polls and politics: Public opinión on health and seuxal and reproductive rights in Argentina. Recuperado a partir de http://www.saimo.org.ar/archivos/trabajoscongreso2007/Salud_y_Derechos_Sexuales_y_Reproductivos.pdf

PETRACCI, M., CUBERLI, M., PALOPOLI, A., LOIS, M., BROWN, J., MATTIOLI, M., & STRAW, C. (2011). Aborto y fertilización asistida en las agendas de la opinión pública y los medios de comunicación. *IX Jornadas Nacional de Debate Interdisciplinario en Salud y Población del Instituto de Investigaciones Gino Germani*. Recuperado a partir de

QUAERERE VERUM Universidad de San Andrés

http://webiigg.sociales.uba.ar/saludypoblacion/ixjornadas/ponencias/ponencia-petracci-ixjsyp.doc

PNUD, P. D. L. N. U. P. E. D. (1997). Human development report. New York: Oxford University Press. Recuperado a partir de http://hdr.undp.org/sites/default/files/reports/258/hdr_1997_en_complete_nostats.pdf

Press, A. L. (2000). Recent developments in feminist communication theory: difference, public sphere, body and technology. *Mass media and society*, 27–41.

Reese, S. D., Gandy, O., & Grant, A. E. (2001). *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Routledge.

Reinharz, S., & Davidman, L. (1992). *Feminist methods in social research.* Oxford University Press. Recuperado a partir de http://psycnet.apa.org/psycinfo/1992-97684-000

Revuelta, G., Alonso, I., Tomás, S., Guerrero, M., & Rohlfs, I. (2004). Género y salud en la prensa diaria. *Gaceta Sanitaria, 18,* 201-206.

Ross, K. (2010). *Gendered Media: Women, Men, and Identity Politics*. Rowman & Littlefield.

Ruiz, M. T., Martín, M., La Parra, D., Vives, C., & Albaladejo, M. (2004). El enfoque de género en las noticias de salud. *Gaceta Sanitaria*, *18*, 65-74.

Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of communication*, *57*(1), 9–20.

Shalev, S., & Lemish, D. (2012). «Dynamic Infertility» The contribution of news coverage of reproductive technologies to gender politics. *Feminist Media Studies*, *12*(3), 371–388.

Shalev, S., & Lemish, D. (2013). «Infertile Motherhood» A television construction of surrogacy. *Feminist Media Studies*, *13*(2), 321–336.

Shugg, J., & Liamputtong, P. (2002). Being female: The portrayal of women's health in print media. *Health care for women international*, *23*(6-7), 715–728.

Spears, G., Seydegart, K., & Gallagher, M. (2000). Who makes the news. *Global media monitoring project*. Recuperado a partir de http://www.erinresearch.com/images/GlobalReport2000.pdf

Steimberg, O., & Traversa, O. (1997). Por donde el ojo llega al diario: el estilo de la primera página. *Estilo de época y comunicación mediática*, 75–90.

Stice, E., Spangler, D., & Agras, W. S. (2001). Exposure to media-portrayed thin-ideal images adversely affects vulnerable girls: A longitudinal experiment. *Journal of Social and Clinical Psychology*, *20*(3), 270.

Tannen, D. (1994). *Gender and discourse*. Oxford University Press. Recuperado a partir de https://books.google.com.ar/books?hl=en&lr=&id=VGR2CAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT11&dq=tannen+1994&ots=bhcdNqU18F&sig=dUI1G5W44ROAWS_HpqI1BdmCjeY

Tiggemann, M. (2003). Media exposure, body dissatisfaction and disordered eating: Television and magazines are not the same! *European Eating Disorders Review*, *11*(5), 418–430.

Torres, C. (2000). Género y comunicación. El lado oscuro de los medios.

Torres, R. (2007). Revistas de moda y belleza: el contenido al servicio de la forma bella. *Ambitos: Revista internacional de comunicación*, (16), 213-225.

QUAERERE VERUM
Universidad de San Andrés

Tuchman, G., Daniels, A. K., & Benét, J. W. (1978). *Hearth and home: Images of women in the mass media*. Oxford University Press New York. Recuperado a partir de http://library.wur.nl/WebQuery/clc/107168

UNESCO. (1995). Declaración y Plataforma de Acción de Beijing. Recuperado a partir de http://www.unwomen.org/~/media/headquarters/attachments/sections/csw/bpa_s_final_web.pdf

UNFPA, U. N. P. F. (2014). A Handbook for National Human Rights Institutions. Recuperado a partir de http://www.unfpa.org/publications/reproductive-rights-are-human-rights#

Van Zoonen, L. (1991). *Feminist perspectives on the media*. na. Recuperado a partir de http://is.muni.cz/el/1423/jaro2009/GEN125/um/Zoonen-Feminist_Perspectives_on_the_Media.pdf

Van Zoonen, L. (1994). *Feminist media studies* (Vol. 9). Sage. Recuperado a partir de https://books.google.com.ar/books?hl=en&lr=&id=-lllyn2gnaAC&oi=fnd&pg=PR6&dq=van+zoonen+1994&ots=gAE3l0kB2-&sig=4ULJKw8OfYjcObZNwku44P7snN4

Van Zoonen, L. van. (1988). Rethinking Women and the News. *European Journal of Communication*, *3*(1), 35-53. http://doi.org/10.1177/0267323188003001003

von Lurzer, C. J., & Spataro, C. (2015). Tontas y víctimas. Paradojas de ciertas posiciones analíticas sobre la cultura de masas. *La Trama de la Comunicación*, *19*, 113–129.

Weaver, D. H. (2007). Thoughts on Agenda Setting, Framing, and Priming. *Journal of Communication*, *57*(1), 142-147. http://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00333.x

Webster, J. G. (1998). The audience. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, *42*(2), 190–207.

QUAERERE VERUM Universidad de San Andrés

West, C., Lazar, M., & Kramarae, C. (2000). El género en el discurso. *El discurso como interacción social*, 179–212.

Woolf, V. (2013). *Un cuarto propio*. España: Lumen.

Zambrini, L. (2011). Modos de vestir e identidades de género: reflexiones sobre las marcas culturales en el cuerpo. *Nomadías*, *0*(11). http://doi.org/10.5354/0719-0905.2010.15158

QUAERERE VERUM
Universidad de
SanAndrés

Anexo

Libro de códigos

Se codifican noticias sobre “salud sexual y reproductiva”, “violencia contra las mujeres”/de género, y noticias sobre “moda y cosmética”. No se codifican ni cartas de los lectores ni espacios de marca.

Para que la noticia sea considerada como alguno de los tres temas, se lee el título, la bajada y el primer párrafo. Por ejemplo, si la noticia es sobre política, pero en la bajada habla sobre un proyecto de ley de aborto, esta se tiene en cuenta como parte del corpus.

Variables	**Categorías/ valores**
Fecha	Dd/mm/aaaa
Día de la semana	1. Lunes 2. Martes 3. Miércoles 4. Jueves 5. Viernes 6. Sábado 7. Domingo
Diario	0. P12 (Página/12) 1. C (Clarín)
Título	
Número de página	Numero de página, donde empieza la nota, independientemente de cuántas páginas tenga.
Ubicación de la nota (sección)	1. Política 2. Economía/negocios 3. Espectáculos 4. Deportes 5. Salud 6. Moda 7. Sociedad 8. Policiales 9. Opinión 10. Exterior/el mundo/internacionales 11. Suplemento mujer 12. Suplemento Las 12

Universidad de San Andrés

	13. Información general 14. Psicología 15. Tema del día 16. El país 17. Otros (especificar)
Tema	1. Salud reproductiva y sexual 2. “violencia contra las mujeres” 3. “moda y cosmética”
Subtema (Si más de uno de los temas está presente, se elige el más relevante. En general, si aparece en el título o la bajada, ese es el más importante)	1. (In)fertilidad y reproducción asistida 2. Anticoncepción 3. Aborto 4. Maternidad (in)segura (cuidado de la madre y el feto. Cuidado prenatal, parto, cuidado postnatal y lactancia) 5. Enfermedades de transmisión sexual 6. Cuidado ginecológico 7. Educación sexual 8. Femicidios 9. Acoso sexual o violación 10. Violencia física (no femicidio) 11. Violencia institucional (Incluye violencia en y por el estado) 12. Explotación sexual/prostitución forzada 13. Trata 14. Prácticas tradicionales/religiosas nocivas para la mujer (por ejemplo mutilación genital femenina) 15. indumentaria y accesorios 16. cosmética (tratamientos, cosmética, perfumería etc.) 17. Cirugía plástica 18. Moda en Tecnología 19. Desfiles y shows 20. Celebrities en tanto iconos de moda y belleza 21. Sexualidad 22. Otros

Universidad de San Andrés

Espacio de la nota (adaptado GMMP)	1. Página completa o más 2. ½ página 3. ¼ página 4. Menos de ¼ página
Presencia de mujeres - Basta que se mencione a una mujer/grupo de mujeres	0 No 1 Si
Presencia de hombres - Basta que se mencione a un hombre/grupo de hombres	0. No 1. Si
Hombre protagonista	0. No 1. Si
Mujer protagonista	Presencia de mujeres como protagonistas 0. No 1. Si
Mujeres como fuente	Poner cantidad: 0, 1,2…
Función de las mujeres en la nota como fuente (si se la cita directa o indirectamente)	• Presencia de las mujeres como voceras (la persona representa o habla en nombre de otra persona, grupo u organización) Poner cantidad: 0, 1,2… • Presencia de mujeres como especialistas (La persona provee información adicional, opiniones o comentarios basados en su conocimiento como especialista o experto) Poner cantidad: 0, 1,2… • Presencia de mujeres como testigos Poner cantidad: 0, 1,2… • Presencia de mujeres como ciudadanas comunes/voz del pueblo (el punto de vista de esta persona se utiliza para reflejar la opinión “del pueblo”; de un grupo más amplio de personas) Poner cantidad: 0, 1,2… • Víctimas como fuente

Universidad de San Andrés

	Poner cantidad: 0, 1,2… • Madre Víctima Poner cantidad: 0, 1,2… • Otras parientes Poner cantidad: 0, 1,2… • Políticas (presidentas, primeras ministras, diputadas, legisladoras, candidatas, etc.) Poner cantidad: 0, 1,2… • Juezas, fiscales o abogadas Poner cantidad: 0, 1,2… • Otros: poner qué tipo de fuente es y la cantidad de mujeres como esa fuente.
¿Está la historia enfocada en temas de igualdad y/o desigualdad de género? (Tomado de Indicadores Unesco)	0. No 1. Si
¿Encuadre episódico o temático? Encuadre episódico: se muestran los temas en términos de casos concretos o eventos específicos, o como problemática individual. Encuadre temático: los asuntos públicos son abordados desde un contexto general o abstracto. El asunto es tratado como una temática social. Se buscan explicaciones "estructurales" o se hace referencia al contexto.	0. Neutro (¿?) Cuando ninguna de las categorías es pertinente. Generalmente en moda. 1. episódico 2. temático

Universidad de San Andrés

Reporte de fiabilidad intercodificador

Variable	*agreement*	*kappa*	*desvio*
sección	95,7%	0,95	0,05
Tema	95,7%	0,94	0,09
subtema	80,0%	0,77	0,04
espacio	72,9%	0,61	0,07
hombres	82,9%	0,53	0,11
mujeres	92,9%	0,63	0,11
mprotagonista	82,9%	0,65	0,12
hprotagonista	94,3%	0,87	0,12
mfuente	81,4%	0,68	0,09
vocera	100,0%	1	0,45
especialista	100,0%	1	0,28
desigualdad	91,4%	0,77	0,12
epitema	73%	0,56	0,08
	87,9%	0,77	0,13

Universidad de SanAndrés