

# *La perspectiva de género en el diario La Crónica de Hoy. Un análisis desde las representaciones mediáticas*

Ángel Manuel Ortiz Marín<sup>1</sup>

Mónica Ayala-Mira<sup>2</sup>

Anahí Cisneros<sup>3</sup>

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

## RESUMEN

Para el Observatorio Global Mediático de la Frontera Norte de la Universidad Autónoma de Baja California (Observa/Frontera) comprender el proceso de las representaciones mediáticas en la sociedad contemporánea implica necesariamente reconocer el impacto que los medios de comunicación masiva tienen en la construcción de la realidad. De ahí que este texto se aboca a analizar el diario *La Crónica de Hoy* desde la perspectiva de género y la teoría de Agenda Setting (McCombs y Shaw, 1972) a partir de la metodología propuesta por el Proyecto Global de Monitorio de Medios (GMMP). Los resultados indican que 35% de las notas son firmadas por mujeres, y asimismo que 15% de las fuentes declarantes son femeninas, de las cuales 75% correspondieron a funcionarias o voceras gubernamentales.

*Palabras clave:*

género, observatorio, análisis de contenido, Agenda Setting, prensa mexicana.

---

<sup>1</sup> Posdoctor en Sociología Política por la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Profesor-investigador de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Autónoma de Baja California. Correo electrónico: mortiz@uabc.edu.mx.

<sup>2</sup> Doctora en Psicología por la UG. Profesora-investigadora de Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Autónoma de Baja California. Correo electrónico: mayala94@uabc.edu.mx.

<sup>3</sup> Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Autónoma de Baja California. Correo electrónico: cisneros.anahi@uabc.edu.mx.

#### ABSTRACT

For the Media Global Observatory of the Northern Border from the Autonomous University of Baja California (Observa/ Frontera) understand the process of media representations in contemporary society implies necessarily recognize the impact that the mass media have in the construction of reality. Hence this text analyzes the newspaper *La Cronica de Hoy* from the gender perspective and Agenda Setting theory (McCombs and Shaw, 1972) from the methodology proposed by the Global Media Monitory Project (GMMP). The results indicate that 35% of the notes are signed by women and 15% of the respondents sources of which 75% were civil servants or government spokespeople.

#### *Key words:*

gender, observatory, content analysis, Agenda Setting, mexican press.

#### LA TEORÍA DE GÉNERO

Para abordar el tema de género y sus representaciones mediáticas es necesario precisar la perspectiva de género. Las teorías de género se inscriben en el paradigma histórico-crítico y el cultural del feminismo (Lagarde, 1999). Por un lado, género implica una categoría social de análisis (Lamas, 2002) y por el otro, un grupo muy amplio de teorías construidas alrededor del sexo y las diferencias sociales, culturales y políticas que implica.

De estas teorías se desprende la perspectiva de género (PG), la cual se entiende como uno de los pocos caminos de creación cultural que en la historia humana ha alcanzado el dinamismo y la adhesión democrática en la construcción teórico-política (Caséz, 2005). LA PG es parte inseparable de uno de los procesos socioculturales más valiosos por su capacidad de movilizar a hombres y mujeres, instituciones y organismos de diversas clases, con el fin de redefinir los modelos de desarrollo, y resignificar la vida personal y colectiva. Además, la PG se considera parte sustantiva de la construcción de la democracia, en la transformación del orden del poder entre géneros, y con ello la vida cotidiana, en las relaciones, roles y normas legitimadoras de ser mujer y ser hombre, *en el deber ser, desear ser y poder ser* (íbid). Finalmente, la PG ofrece recursos para mostrar los vínculos entre atraso en el desarrollo, miseria e injusticias, para así

saber cómo se construye día a día la violencia machista, y la capacidad de tolerancia y respuesta de las mujeres a la misma.

Dentro de los estudios de género, desde el feminismo académico, desde hace ya varias décadas existe un intenso debate sobre la idoneidad de un método que permita visibilizar y conceptualizar las experiencias de las mujeres. En ese sentido se ha considerado que los métodos cualitativos permiten abordar esas experiencias y significados potenciando sus posibilidades de expresarse. No obstante, Harding (1987) considera que no existe un método feminista, con lo cual se coincide, pues si bien desde los métodos cuantitativos no es posible abordar las experiencias corporizadas, sí permiten visibilizar situaciones relacionadas con la posición y condición de los géneros.

La posición de género se refiere al espacio físico y simbólico que mujeres y hombres ocupan en la sociedad, a manera de oportunidades de empleo, salarios, participación institucional y política, entre otros. Este estudio se realizó aplicando una técnica cuantitativa con el objetivo de visibilizar algunos de los aspectos relacionados con los espacios que cada sexo ocupa dentro de un medio de comunicación, en el entendido de que ese espacio representa diferencias de género, es decir, del espacio público y, por ende, el poder que se le atribuye a cada uno de los géneros. En consecuencia, el género no es solo una variable de análisis, sino el eje rector de este estudio, pues las cifras en relación con el sexo de los periodistas que escriben y el de las personas que protagonizan o informan las notas, permiten evidenciar la posición que, en términos de género, mujeres y hombres tienen en un medio de comunicación.

#### PERSPECTIVA DE GÉNERO Y SU REPRESENTACIÓN MEDIÁTICA

Habrá que entender que la condición de los medios de comunicación masiva (MCM) no proviene de la cantidad de individuos que acceden a los productos comunicativos, sino de las condiciones en que éstos se encuentran disponibles y su accesibilidad a los consumidores. De ahí que Thompson (1997, p. 45) refiera que el concepto masivo se ha confundido, dando asociaciones que implican a “sujetos pasivos e indiferenciados”, y por lo tanto dicho término se utiliza equivocadamente en el análisis de las representaciones mediáticas.

El autor indica que las características de la comunicación masiva se refieren a la producción de bienes simbólicos, la cual incluye el desarrollo de innovaciones tecnológicas que operan en el escenario mediático. Una segunda condición referida por Thompson, es que este avance tecnológico a su vez conlleva el surgimiento y expansión de las industrias mediáticas, las cuales impulsan el consumo de formas simbólicas que se reproducen mediante diferentes modos de mensajes o relatos de los acontecimientos. Son estos acontecimientos o relatos de los hechos los que cobran importancia a partir de ser representados mediáticamente y a su vez, consumidos por los diferentes públicos que acceden a la información noticiosa, como es el caso que trata este texto. Asimismo, las condiciones en que conforman la relevancia de los sucesos que documentan los MCM, tanto impresos, como electrónicos y digitales, refiere el fuerte impacto en la agenda pública de los gobiernos desde la perspectiva de la Agenda Setting.

La equidad de género ha sido una de las preocupaciones fundamentales en las diferentes plataformas de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en los Objetivos del Milenio y hoy en los del Desarrollo Sostenible. A nivel local tales consideraciones se ven reflejadas en el Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2013-2018 como la necesidad de incorporar la perspectiva de género en las políticas públicas (PND, 2013). Sin embargo, la realidad indica que aún falta mucho por trabajar en favor de la igualdad entre hombres y mujeres en diversos campos y actividades.

En los MCM se ha visto una difusión poco significativa de la condición de las mujeres, pues ha reproducido primordialmente estereotipos y prejuicios, y no contenidos que reflejen la agenda femenina (Comunicación e Información de la Mujer, CIMAC; 2008). Lo anterior se debe principalmente a la baja representación de las mujeres en mandos medios y superiores en los MCM, así como al monopolio de los mismos en manos esencialmente masculinas y la discriminación de las mujeres como editoras, reporteras y periodistas (Instituto Nacional de las Mujeres, Inmujeres; s/f).

Aun así, los MCM, al igual que los y las periodistas, paulatinamente cobran consciencia de la condición de género al relatar los acontecimientos cotidianos e incluso hay organizaciones que se encargan de capacitar a quienes ejercen el oficio de reporteros en

torno al tratamiento informativo de las noticias a fin de evitar los estereotipos al respecto. Ciertamente la importancia de abordar periodísticamente los problemas de género y la discusión sobre la equidad de género, de manera creciente están en el vocabulario de diversos sectores de la población. En la escuela, la familia, el trabajo y algunos medios hay referencia a condiciones que describen la problemática del género y sus diferentes rasgos que impacta la vida cotidiana de la sociedad.

#### ENTENDER A LOS MEDIOS DESDE SU AGENDA

Los MCM, en sus diferentes formatos y desde la diversidad de acontecimientos que relatan, se posicionan hacia hechos o sucesos a fin de incidir en la agenda de las personas. Ya Martín Serrano (1985) refiere que los medios operan, según el conflicto por informar, desde la mediación cognitiva, pues al documentar el nuevo acontecer que rompe con la cotidianeidad, aquel (el suceso) compromete la normalidad social, de ahí que los medios de comunicación tienden a ajustar el nuevo relato del hecho a las normas y valores socialmente legitimados.

Abordar la condición mediática de los procesos periodísticos posibilita su explicación a partir de varias teorías, entre las cuales una de las más representativas es la Agenda Setting, desarrollada hace varias décadas por McCombs y Shaw (1972) y continuada por especialistas como Rogers y Martin (1988); Shaw y Martin (1992) y Scheufele (2000), por mencionar algunos. Uno de los postulados de la Agenda Setting es que *“the mass media set the agenda for each political campaign, influencing of attitudes toward the political issues”*<sup>4</sup> (McCombs y Shaw, 1972, p. 177). Si bien esta definición alude a los aspectos políticos producto de una experiencia electoral en un lugar específico (Chapel Hill, EU), lo cierto es que ambos autores señalan que la tarea de los medios es destacar ciertas cuestiones, o ignorar o minimizar otras, cumpliendo con ello una función creadora de agenda, de ahí resulta notorio que los MCM, partiendo de las temáticas y los propios actores que se visibilizan en el espacio

---

<sup>4</sup> “Los medios de comunicación establecen la agenda para cada campaña política, influyendo sobre las actitudes hacia las cuestiones políticas”.

público, pueden asumir sus posiciones acordes a las perspectivas de los aconteceres que promueven.

Por otra parte, las agendas de los MCM se componen de un conjunto igual de amplio que la propia actividad social, política, económica o cultural puesta en marcha durante amplios periodos de producción noticiosa. Sin embargo, es patente que el énfasis de los estudios relacionados con la Agenda Setting indican la preferencia de los medios por destacar los grandes temas públicos. La evidencia que demuestra tal acentuación es que en la medida en que dichos temas sean lo suficientemente notorios mediáticamente, existe la posibilidad de que sean priorizados por las audiencias (McCombs y Bell, 1996 y McCombs y Reynolds, 2002). Igual subrayado ocurre con los propios actores públicos, cuyos valores suelen sobredimensionarse con la finalidad de destacar sus virtudes o defectos, según sea el caso.

Otro rasgo significativo de la teoría de la Agenda Setting se suscita cuando los MCM, al presentar un objeto, suelen acentuar (positiva o negativamente) sus atributos. Para los efectos de la visibilidad mediática (Thompson, 1997), es de notar la forma en que se destacan los atributos de los actores y/o instituciones a las que se adscriben como promotores y defensores de la equidad de género, pero también ocurre lo contrario al desvirtuar, ocultar e invisibilizar a los sujetos que comenten delitos o violencia contra las mujeres, cualquiera que sea su edad, condición socioeconómica, etnia y creencia religiosa.

En estos dos ámbitos –unos de los más representativos de la teoría de la Agenda Setting– se evidencian los dos niveles en que opera. El primero acontece mediante la prominencia del objeto y el segundo es la prominencia del atributo de dicho objeto (Shaw y McCombs, 1977). A este último nivel de la Agenda Setting se le ha vinculado fuertemente con otro concepto teórico del análisis de los medios: el *framing*, propuesto por McCombs y Evatt (1995), Scheufele (1999) y Reese (2001).

En síntesis, la Agenda Setting se refiere a ordenar o dar prioridad a algo más que los simples temas. Incluye los aspectos de los tópicos más frecuentemente abordados, las ideas sobresalientes y los atributos más significativos de los sujetos. De este modo, la aplicación más amplia de esta teoría se vincula con la noción de

encuadre. Independientemente de la denominación, se trata de un proceso de selección y prominencia. Al prestar atención a ciertos aspectos, a expensas de otros, y al sugerir ciertas soluciones o respuestas en lugar de otras, los mensajes de los medios de difusión influyen en algo más que en los temas, en particular en el modo en que la gente piensa sobre ellos. El proceso es semejante en lo que se refiere a otros aspectos de la agenda noticiosa (McCombs y Evatt, 1995), y para los efectos del estudio que se propone, el nivel utilizado será abordado por los tópicos más sobresalientes junto con otros componentes: género periodístico preferentemente utilizado, fuentes informativas usadas, frecuencia de las notas y posicionamiento en el diario.

Además de lo anterior, las rutinas profesionales se han clasificado como: de selección y tratamiento de la información y de recolección, con la finalidad de facilitar la obtención y exposición de datos, que luego serán transmitidos como información y re-construcción de la realidad o acontecer acerca de lo comunicado (Tuchman, 1983). Este elemento poco atendido por el análisis hace posible reconocer la forma en cuanto a género periodístico en el cual son presentadas las notas informativas. Tal postura implica observar a los MCM desde los espacios o esferas de lo político, ideológico y sociocultural, prácticas cotidianas del ejercicio periodístico.

Entonces, se reconoce que los MCM no solo reflejan el acontecer, sino que, en diversos momentos, plasman y construyen la realidad referente a una problemática específica, como lo indican Lang y Lang (1986, p. 246), dado que “es un proceso colectivo (...) en que los medios, el gobierno y la ciudadanía se influyen recíprocamente en al menos algunos aspectos”. A través del análisis de la prensa escrita, para el caso de estudio el diario *La Crónica de Hoy* edito en la Ciudad de México y que destaca por su incidencia en las temáticas referidas a los espacios sociopolíticos y económicos, como la perspectiva de género, desde las representaciones mediáticas. De ahí la importancia de que los códigos aplicados para la representación mediática del mundo se mantengan estables, a pesar de que el contenido del relato de los aconteceres cambie o sea distorsionador de la normalidad (Martín Serrano, 1977).

*Contexto de proyecto de monitoreo global de medios (GMMP)*

El análisis de las representaciones mediática sobre el género en el cual participó el Observatorio Global Mediático de la Frontera Norte de la Universidad Autónoma de Baja California (Observa/Frontera), fue producto de una convocatoria del Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP) por medio de la Red de Observatorio de Medios del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (ROM-CONEICC). La Coordinación Nacional del Observatorio Quid del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) organizó la participación de los observatorios de las siguientes instituciones: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Facultad de Estudios Superiores-Aragón de la UNAM, ITESO, Universidad Autónoma de Baja California-Campus Mexicali, Universidad Autónoma de Coahuila-Campus Saltillo y Torreón, Universidad Panamericana-Ciudad de México y Universidad Veracruzana.

El Proyecto de GMMP es la investigación de género en los medios más extensa que existe y también la iniciativa de incidencia pública más grande en el mundo que evalúa cómo ha ido cambiando la representación de género en los medios, así como el único proyecto que entre sus participantes incluye a miembros de organizaciones populares y de base, al igual que a estudiantes universitarias, investigadoras y comunicadores profesionales de forma voluntaria. El GMMP inicialmente se inspiró en la preocupación de las mujeres activistas para llevar la cuestión de la responsabilidad de los medios a la vanguardia de los debates en torno a las desigualdades de género. Su aplicación posterior se ha guiado por el interés de los investigadores para garantizar análisis comparables y precisos de los datos recolectados en diferentes contextos por diferentes personas.

La afiliación de la red GMMP abarca más de 100 países en todos los continentes. Incluye grupos de comunicación y género, asociaciones de mujeres en los medios, grupos de base de mujeres y los investigadores académicos que formaron parte de anteriores GMMPs (1995, 2000, 2005 y 2010). La participación aumentó de 71

países en 1995 a 108 en el 2010, evidenciando un interés creciente, así como la voluntad de abordar las cuestiones de género en los medios y el compromiso de impulsar el cambio hacia los medios que afirman los derechos de la mujer y la igualdad de género (GMMP, 2015).

### *Metodología*

Para la participación de los observatorios, el GMMP definió la metodología adecuada en el caso del registro de las noticias, que cubrió prensa impresa, radio y televisión de cobertura nacional, preferentemente ubicados en la Ciudad de México, al igual que la red social virtual Twitter y una sola fecha para hacer el relevamiento de la información, la cual fue comunicada días antes. El día seleccionado fue el 25 de marzo del 2015 y los medios observados los siguientes:

- *Televisión:* Canal de las Estrellas (noticiero nocturno con Joaquín López Dóriga), Azteca 13 (*Hechos Noche* con Javier Alatorre) y Canal 11 (noticiero nocturno con Adriana Pérez Cañedo).
- *Radio:* Radio Fórmula (noticiero matutino *En los tiempos de la radio* de Oscar Mario Beteta), mvs Noticias (noticiero matutino *Primera edición* con Carmen Aristegui) e Imagen (*Imagen informativa, primera edición* con Adela Micha).
- *Sitios informativos en línea:* *Eje central* y *Sin embargo*.
- *Twitter*
- *Prensa:* *El Financiero*, *El Sol de México*, *El Universal*, *Excelsior*, *La Crónica de Hoy*, *La Jornada*, *Milenio* y *Reforma*. En este caso, los datos comparados en el presente texto solo corresponden a la prensa escrita y el total de las notas registradas por los ocho periódicos fue de 111. Ahora bien, algunos de los datos de la base completa que GMMP compartió, integran datos de los medios, divididos en convencionales (impresos y electrónicos) y digitales, lo cual dificultó la posibilidad de establecer comparaciones. Sin embargo, se aporta valiosa información en los rubros en que se da la posibilidad de contrastar los datos de *La Crónica* con el conjunto de los datos de los demás diarios seleccionados.

La distribución de las 111 notas por diario fue de acuerdo el siguiente cuadro:

CUADRO 1  
*Notas por diario*

Nombre del periódico	Número de la nota registrada	Formato
Financiero	12	Tabloide
El Sol de México	12	Estándar
El Universal	14	Estándar
Excélsior	19	Estándar
La Crónica de Hoy	14	Estándar
Jornada	14	Tabloide
Milenio	12	Tabloide
Reforma	14	Estándar
Total de notas	111	

Fuente: GMMP Base de datos nacional 2015

Ahora bien, para este ejercicio de análisis, GMMP elaboró el libro de códigos, una ficha de registro y las características ex profeso de las notas que debían registrarse. En ese sentido, una de las particularidades de la muestra para el análisis fue GMMP determinó que únicamente se trabajara en las primeras 14 notas publicadas o difundidas en los medios antes indicados. Al respecto GMMP definió un marco de análisis de los acontecimientos el cual refiere que: “El informe 2015 del GMMP, queremos prestar atención a ciertas tendencias o patrones en las coberturas de noticias, desde lo peor a lo mejor. El objetivo es demostrar a periodistas y profesionales de los medios de comunicación que los buenos artículos se producen prestando atención a estándares profesionales altos, a la ética y a la creatividad. Pensamos en un análisis que girará sobre, por lo menos, cuatro tipos de noticias: 1. Abiertamente estereotipadas; 2. Sutilmente estereotipadas; 3. Oportunidades, pérdidas/ausencias de una perspectiva de género y 4. Conciencia de género” (GMMP, 2015, s/p). Este aspecto fue cuidadosamente analizado por Observa/Frontera, en atención a verificar si esos rasgos estaban contenidos en las 14 notas registradas.

## DATOS DE LA CRÓNICA DE HOY

### Descripción del diario

*La Crónica de Hoy* se edita en la Ciudad de México, fue fundado en 1996 por el periodista mexicano Pablo Hiriart y su tiraje diario, según el Catálogo Nacional de Medios Impresos (IFE, 2014) es de 76 mil ejemplares, con cobertura nacional, presentándose en un formato tipo tabloide. El directorio que publica en su página de internet ([www.cronica.com.mx/directorio.php](http://www.cronica.com.mx/directorio.php)) indica que su presidente y director general es Jorge Kawagui Gastine, la subdirección está encabezada por el licenciado Rafael García Garza y el director editorial es Francisco Báez Rodríguez. Cuenta con las secciones Nacional, Estados, Ciudad, Cultura, Academia, Negocios, Mundo, Espectáculos y Deportes.

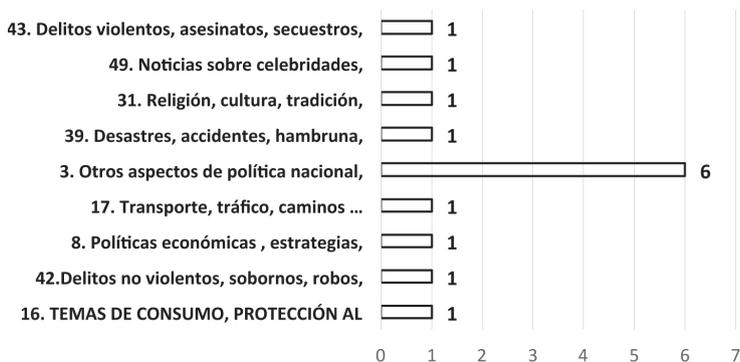
### CUANTIFICACIÓN DE LA REPRESENTACIÓN MEDIÁTICA DE GÉNERO EN EL DIARIO

#### Temas

Uno de los aspectos fundamentales del posicionamiento de la primera fase de la teoría de la Agenda Setting (McCombs y Shaw, 1972), pues permite influir en el qué pensar de los lectores. Lo cierto es que para el caso esta condición se centró en el tema político, por los acontecimientos que relata.

FIGURA 1.

#### Temas en La Crónica de Hoy



Fuente: Elaboración propia

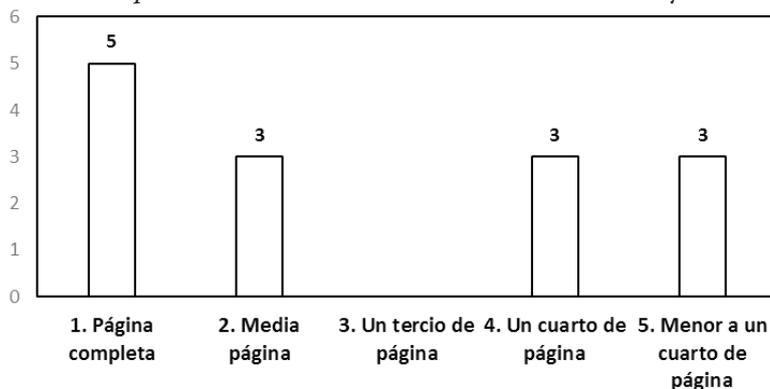
De las 14 notas, destacó el tratamiento homogéneo que tuvieron 13, con una sola publicación (como desastres, religión, delitos violentos y no violentos o fraude, entre otros) y sobresalió que seis notas tratan el rubro de aspectos diversos de política nacional o gobierno, de las cuales se pueden citar las referidas a 1. “Militante denuncia venta de candidaturas en PAN-Querétaro”, 2. “El PRD exige a Anaya congruencia y apoyar una indagatoria ‘a fondo’”, 3. “Sistema Nacional Anticorrupción saldrá en tiempo y forma: Barbosa”, 4. “Yunes Márquez ve golpeteo político por parte del gobierno estatal”, 5. “Descontento social enfrentarán los candidatos al gobierno de Michoacán” y 6. “Teme Madero abstencionismo por el México-Brasil”.

Un hecho relevante relativo al género es el que indica GMMP en la base de datos nacional, al señalar que, en la prensa analizada, es decir, en el conjunto de los siete diarios, la mujer no fue la primera fuente o sujeto de declaración principal en temas clave como participación política, paz y seguridad o participación económica, y que únicamente en una nota (la cinco), se hizo referencia a una mujer como parte del grupo de candidatas a la presidencia de Michoacán.

### *Espacio*

De las 14 notas, cinco preferentemente tuvieron un espacio de una página completa. Esto se explica debido a que el registro de varias de ellas aludió a temas de corte político-administrativo, desastres,

FIGURA 2  
*Espacio de la nota en el diario La Crónica de Hoy*



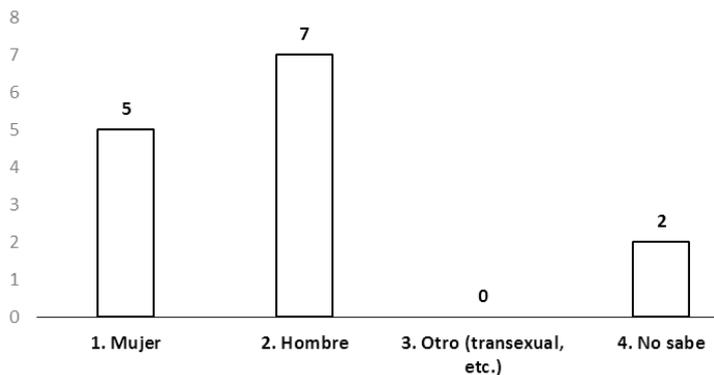
Fuente: Elaboración propia

espectáculos y cultura, como: 1. “El 70% de gestoras de créditos en efectivo es fantasma”, 2. “En el olvido, taxis eléctricos de ‘Vanguardia’ de Ebrard, 3. “Mueren 150 personas al estrellarse avión en los Alpes”, 4. “Construcción de caminos destruye dos montículos prehispánicos” y 5. “Carlos Santana tocará gratis en el Ángel de la Independencia”. En la figura 2 se observa el espacio y la nota.

### *Sexo del reportero*

Uno de los aspectos importantes del registro era identificar el sexo del reportero. De las 14 notas, siete fueron firmadas por hombres (50%), cinco por mujeres (35%) y dos no indicaron esta condición (15%). Las notas cubiertas por mujeres se refieren a los temas de cultura, espectáculos, y asuntos de interés nacional y político, como: 1. “Construcción de caminos destruye dos montículos prehispánicos”, 2. “Carlos Santana tocará gratis en el Ángel de la Independencia, 3. “Sistema Nacional Anticorrupción saldrá en tiempo y forma: Barbosa”, 4. “Yunes Márquez ve golpeteo político por parte del gobierno estatal” y 5. “Teme Madero abstencionismo por el México-Brasil”.

FIGURA 3  
*Sexo del reportero de La Crónica de Hoy*



Fuente: Elaboración propia

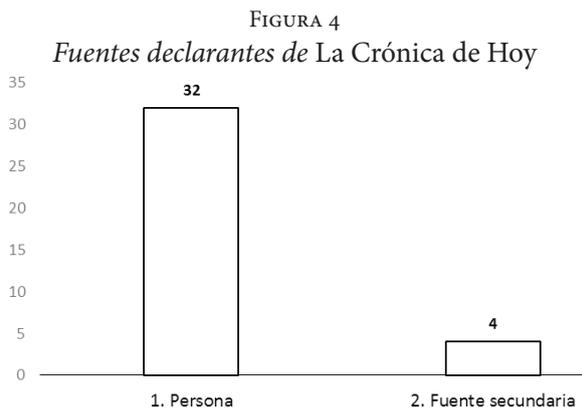
Si bien hay tres notas de corte político cubiertas por el sexo femenino, lo cierto es que la periodista es la misma (Blanca Estela Botello), lo cual podría indicar que se trata de una reportera

que cotidianamente atiende las noticias de la fuente política y que por ello tiene acceso a los acontecimientos de esta índole, hecho que es consistente con lo indicado por Tuchman (1983), en cuanto a recolección de información según la asignación de fuentes y los contactos informativos que la periodista ha conformado a lo largo de la temporalidad de la asignación a esta temática.

En el caso de los datos integrados por los siete diarios impresos, el acumulado indica que fueron 120 reporteros los que cubrieron las notas registradas, y de ellos, 50% fueron mujer y 50% hombres.

### *Fuentes*

Es evidente que en las 14 notas se trabajó con fuentes en primera persona y secundarias, pues hay 36 fuentes declarantes de este tipo, condición que alude a la capacidad de acudir a fuentes de primera mano, como ocurrió en 32 casos, ya que solo cuatro notas provinieron de fuentes secundarias.



Fuente: Elaboración propia

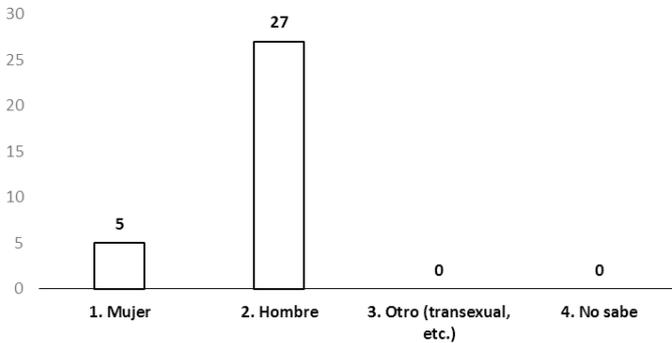
Lo anterior implicó que el trabajo de los reporteros de *La Crónica de Hoy* privilegiara a las fuentes más confiables y/o testigos de los acontecimientos, lo cual también es consistente con las rutinas profesionales indicadas por Tuchman (íbid).

### *Sexo de la fuente*

De igual manera fue notorio que de las 32 fuentes utilizadas, 27 fueron hombres y solo cinco mujeres. Éstas últimas fueron en primera

persona y se refieren a temas como: aspectos de política nacional o gobierno, religión-cultura y sucesos de celebridades del mundo del espectáculo.

FIGURA 5  
*Sexo de la fuente en La Crónica de Hoy*



Fuente: Elaboración propia

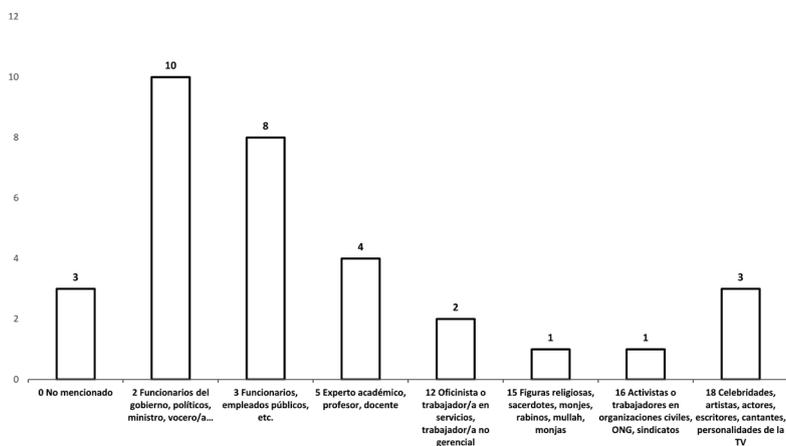
Las noticias que aluden a una fuente femenina fueron: 1. “Descontento social enfrentará a los candidatos al gobierno de Michoacán”; 2, 3 y 4. “70% de gestoras de créditos en efectivo es fantasma” (con tres fuentes femeninas) y 5. “En el olvido, taxis eléctricos de ‘Vanguardia’ de Ebrard”.

GMMP refiere como aspecto sobresaliente relativo al género en la base de datos nacional que, en la prensa analizada, es decir, en el conjunto de los siete diarios, la mujer como fuente en las noticias ocupó 21% y el hombre 79%, lo cual claramente es coincidente con el registro de *La Crónica de Hoy*, pero también es notorio el discurso del hombre como fuente en las noticias de los diarios analizados.

### *Ocupación de las fuentes*

Destaca que los reporteros acuden a fuentes oficiales en sus 14 notas y de las 32 fuentes hay 10 que tienen por ocupación cargos de la función de gobierno o voceros del mismo (32%), ocho son empleados públicos (25%), cuatro son académicos o expertos en el tema (13%) y los restantes (25%) se distribuye entre oficinistas, religiosos, activistas, artistas y con una ocupación sin identificar.

FIGURA 6  
*Ocupación de las fuentes en La Crónica de Hoy*



Fuente: Elaboración propia

En este sentido, es de notar que la posición de autoridad por las fuentes utilizadas es privilegiada por parte del reportero, pues el detentar un cargo político o administrativo es aprovechado para otorgarle legitimidad a la noticia publicada. Escasa es la participación de académicos o expertos como fuentes consultadas para el enriquecimiento informativo y mucho menor la de la ciudadanía, cualquiera que sea su actividad, salvo cuando son testigos de los hechos o directamente implicados en el acontecer noticioso.

### *Sexo de la actividad laboral de las fuentes informativas*

Ahora bien, de las 32 fuentes informativas (como se indicó en la Figura 5) 27 son hombres y cinco mujeres, y éstas últimas desempeñan las subsecuentes actividades laborales, según la figura 7.

Es decir, hay tres mujeres que, como fuentes declarantes, ocupan cargos de funcionarias de gobierno o voceras de dependencias gubernamentales,<sup>5</sup> una se desempeña como oficinista en una em-

<sup>5</sup> En la Figura 5 puede prestarse a confusión que se indique que en el casillero 2 se registran funcionario de gobierno, político, ministro o vocero/a y en el casillero 3 nuevamente se indican funcionario, empleado público, burócrata. Esta posible duplicidad proviene del propio manual de codificación elaborado por GMMP para el análisis de las noticias y, por ende, así quedó expresado en la Figura antes men-

presa privada y de otra no fue identificada su actividad laboral en la nota informativa. Los 27 restantes son hombres y es de destacar la posición de relevancia que ocupan en cargos políticos, administrativos o como expertos académicos.

FIGURA 7  
*Sexo de la ocupación de las fuentes informativas en*  
 La Crónica de Hoy



Fuente: Elaboración propia

## PARA LA DISCUSIÓN Y LA REFLEXIÓN

Más que concluir acerca de los aspectos abordados en este trabajo, la propuesta es reflexionar sobre cómo la construcción de las representaciones mediáticas suele ofrecer una perspectiva sesgada y parcial del género en el tratamiento de la información, lo que im-

---

cionada, sin embargo, el propio manual señala que el segundo indicador se refiere a funcionarios de primer nivel y el tercero a funcionarios de menor jerarquía (Proyecto de Monitoreo Global de Medios, GMMP, 2015, Guía de Monitoreo de Periódicos, s/f).

pide la equidad en los MCM. Ciertamente la información analizada es mínima, pero los eventos a los cuales *La Crónica de Hoy* otorgó importancia, dado que son las primeras 14 notas publicadas, representa la fijación de la agenda que propone a sus lectores, es decir, le indica a su público sobre qué pensar (McCombs y Shaw, 1972). Enseguida se aportan diversos conceptos centrales del texto para su reflexión:

- Se reconoce que los MCM no solo reflejan el acontecer, sino que, en diversos momentos, plasman y construyen la realidad referente a una problemática específica.
- De ahí que los medios de comunicación tienden a ajustar el relato del acontecer a las normas y valores socialmente legitimados.
- La Agenda Setting, desde la perspectiva de McCombs y Shaw (íbid) no se ocupa de decir a las audiencias en qué pensar, sino sobre qué pensar.
- La Agenda Setting, refiere la preferencia de los medios por destacar los grandes temas públicos. La evidencia que demuestra tal acentuación es que en la medida en que dichos temas sean lo suficientemente notorios mediáticamente, existe la posibilidad de que las audiencias los prioricen (McCombs y Bell, 1996 y McCombs y Reynolds, 2002).
- Destacar la importancia del análisis de las representaciones mediáticas desde la perspectiva de género en el cual participó el Observa/Frontera como producto de una convocatoria del Proyecto de GMMP a través de la ROM-CONEICC.
- El Proyecto de GMMP es la investigación de género en los medios más extensa que existe y también la iniciativa de incidencia pública más grande en el mundo, que evalúa cómo ha cambiado la representación de género en los medios.
- De los rasgos más representativos del análisis de los datos obtenidos, se desprende que:
  1. Las representaciones mediáticas de las mujeres y los varones son diferentes y reproducen estereotipos de género. En general, asocian a la mujer con la naturaleza, el servicio y la emotividad, mientras que al hombre, con la racionalidad, el control y la protección.

2. Destaca el tratamiento homogéneo que tuvieron las 14 notas con una sola publicación (como desastres, religión, delitos violentos y no violentos o fraude, entre otros).
3. Del conjunto de notas, 35.7% (cinco) preferentemente tuvieron un espacio de una página completa. Esto se explica debido a que el registro de varias de ellas aludió a temas de corte político-administrativo, de desastres, espectáculos y cultura.
4. Identificar el sexo del reportero fue significativo para reconocer el espacio que ocupan las mujeres en el diario: de las 14 notas, siete fueron firmadas por hombres (50%), cinco por mujeres (35%) y dos no lo indicaron (15%). Ahora bien, las notas que las mujeres cubrieron se refieren a los temas de cultura, espectáculos y asuntos de interés nacional y político. En este último tema hay tres notas de corte político cubiertas por la misma reportera y las otras dos son diferentes periodistas que cubrieron las noticias de la fuente cultural y de espectáculos, por lo que la mayoría se mantienen en actividades que se reconocen para mujeres desde los valores y mandatos femeninos (la belleza y lo doméstico). Las tres notas escritas por la misma reportera en relación a las siete escritas por hombres puede interpretarse de dos formas: como un espacio limitado en dos sentidos para las mujeres en general y permitido solo a ciertas mujeres, pero aun así su presencia abre una posibilidad para ir insertando la agenda de las mujeres a través de contenidos que evidencien su condición y se alejen de estereotipos y prejuicios.
5. Uno de los aspectos significativos para el trabajo del reportero es la fuente utilizada, en este caso el sexo de las 32 fuentes usadas indica que 27 de ellas fueron hombres y solo cinco mujeres, por lo que no existe un equilibrio de fuentes que corresponda a la diversidad de los actores sociales, lo que revela que la posición de la mujer representada en este espacio también es menor, es decir, tanto las mujeres que escriben como las que son fuentes de información, tienen una posición y representación en términos de espacio, inferior al varón.
6. Ahora bien, en cuanto a la ocupación de estas fuentes, los datos indican que de las 32 (como se indicó en la Figura 6), 27 son hombres y cinco mujeres, y de éstas últimas tres ocu-

pan cargos de funcionarias de gobierno o voceras de dependencias gubernamentales. Una se desempeña como oficinista y de otra más no fue identificada su actividad laboral en la nota informativa, lo cual permite inferir que las voces femeninas se insertan cuando están asociadas al poder, como en lo político, pues otras voces femeninas no tendrían suficiente relevancia para ser tomadas en cuenta. En este mismo rubro, en contrapartida destaca que la ocupación de las 27 fuentes cuyo sexo es masculino, ocupan cargos de relevancia en los diferentes temas que en los cuales fueron citados como fuentes declarantes, lo que da una pista del espacio simbólico que cada sexo posee, el cual continúa siendo dominado por el sexo masculino.

En el ánimo de aportar una conclusión, si es dable, primero se reconoce que los datos aportados solo se suman a los muchos trabajos presentados sobre los estereotipos que se construyen en los medios de comunicación, en particular la prensa para este caso, sobre el papel de la mujer en el desempeño de sus roles en las actividades políticas, sociales, económicas o culturales. Sin embargo, este trabajo acerca del diario *La Crónica de Hoy*, a pesar de su escasa muestra por la naturaleza de la metodología diseñada por GMMP, confirma, al igual que los datos de los siete periódicos también analizados, que aún está lejos el hecho de que la equidad de género sea considerada en la construcción de los acontecimientos que refieren la vida cotidiana de la sociedad mexicana. De ahí que es deseable que el reciente convenio suscrito el pasado 11 de julio del 2016 por la Secretaría de Gobernación y la Cámara de la Industria de la Radio y Televisión, propicie el respeto al derecho de la igualdad de género en los contenidos que divulgan los medios de comunicación en México (Morales, 2015).

#### REFERENCIAS

- Cazés, D. (2005). *La perspectiva de género*. México: UNAM-Conapo-Inmujeres.
- Comunicación e Información de la Mujer, CIMAC. (2018). *Condiciones laborales de los y las periodistas en México, un acercamiento*. México: CIMAC-Fundación Friederich Ebert.

- Global Media Monitoriy Proyect. (2015). *Análisis cuali de las noticias, GMP* (documento interno). Recuperado el 15 de julio del 2015, de [cdn.agilitycms.com/who-makes-the news/Imported/reports\\_2015/national/Mexico.pdf](http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/national/Mexico.pdf).
- Harding, S. (1987). "Is there a feminist method?." En Harding S. (ed.). *Feminism and methodology*. Indiana: Indiana University Press.
- Instituto Nacional de las Mujeres, Inmujeres. (s/f). *La importancia social de los medios*. Recuperado el 23 de julio del 2016, de [cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos\\_download/100762.pdf](http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100762.pdf).
- Instituto Federal Electoral. (2014). *Catálogo nacional de medios impresos e internet 2014*. Coordinación de Comunicación Social. Recuperado el 14 de septiembre del 2015, de [www.ine.mx/archivos2/DS/recopilacion/JGEor201401-24ac\\_01P04-01x01.pdf](http://www.ine.mx/archivos2/DS/recopilacion/JGEor201401-24ac_01P04-01x01.pdf).
- La Crónica de Hoy*. (2015). Directorio de La Crónica. Recuperado el 15 de julio del 2015, de [www.cronica.com.mx/directorio.php](http://www.cronica.com.mx/directorio.php).
- Martín Serrano, M. (1977). *La mediación social*. Madrid, España: Akal.
- Lagarde, M. (1999). *Género y feminismo, desarrollo humano y democracia*. España: J. C.
- Lamas, M. (2002). *Cuerpo: diferencia sexual y género*. México: Taurus.
- \_\_\_\_\_ (1985). "Mediación cognitiva y estructural". En Moragas, Miquel de (ed.). *Sociología de la comunicación de masas. I. Escuelas y autores*. Barcelona, España: Gustavo Gili, pp. 141-162.
- Lang, K. y Lang, G. (1986). "The mass media and voting", en Burdick E. y Brodbeck A. (eds). *American voting behavior*, Glencoe, Ill.: The Free Press, pp. 217-235.
- McCombs, M. E. y Shaw, D. L. (1972). "The agenda-setting function of mass media." En *Public Opinion Quarterly*, 36. USA, pp. 176-187.
- \_\_\_\_\_ y Evatt, D. (1995). "Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting". En *Comunicación y sociedad*, vol. VIII, 1, España: Universidad de Navarra, pp. 7-32.
- \_\_\_\_\_ y Bel, T. (1996). "The agenda setting role of mass communication". En Salwen M. y Stacks D. *An integrated approach to communication theory and research*, N. J., USA: Erlbaum, Mahwah, pp. 93-110.
- \_\_\_\_\_ y Reynolds, A. (2002). "News influence on our pictures of the world". En Bryant, J. y Zillmann, D. (eds.). *Media effects. Advances in theory and research*. N. J., USA: Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, pp. 1-18.
- Morales, A. (2016). "SEGOB y CIRT firman un convenio por la igualdad de género". En *El Universal*. Recuperado el 15 de julio del 2016, de [www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/2016/07/11/segob-y-cirt-firman-convenio-por-la-igualdad-de-genero](http://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/2016/07/11/segob-y-cirt-firman-convenio-por-la-igualdad-de-genero).

- Proyecto Monitoreo Global de Medios, GMMP. (2015). *Guía de monitoreo de medios*. Toronto, On., Canadá: World Association for Christian Communication (WACC).
- Reese, S. D., Gandy, O. H. y Grant, A. E. (2001). *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social world*. N. J., USA: Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah.
- Rogers, E. M. y Martin, S. E. (1988). "Agenda setting research: where has it been? Where is it going?" En Anderson J. A. *Communication yearbook*, 11, Newbury Park, Cal., USA: Sage, pp. 555-594.
- Scheufele, D. (1999). "Framing as a theory of media effects". En *Journal of Communication*, 49 (1). USA: International Communication Association, pp. 103-122.
- \_\_\_\_\_ (2000). "Agenda-setting, priming and framing revisited another look at cognitive effects of political communication". En *Mass Communication and Society*, 3 (2-3). USA, pp. 297-316.
- Shaw, D. L. y McCombs, M. (1977). *The emergence of American political issues*. St. Paul, M. N., USA: West.
- \_\_\_\_\_ y Martin, S.E. (1992). "The function of mass media agenda setting", *Journalims Quartely*, 69. USA, pp. 902-920.
- Thompson, J. (1997). *Los medios y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. España: Paidós Comunicación.
- Tuchman, G. A. (1983). *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*. Barcelona, España: Gustavo Gili.