

La 'Mujer' en Clarín y La Nación. Un análisis desde la Intencionalidad Editorial

Ana Soledad Gil *

INCIHUSA-CCT-CONICET, Mendoza, Argentina.

soledadgil01@yahoo.com.ar

Recibido: 30 de septiembre de 2011

Aceptado: 6 de diciembre de 2011

Resumen • El presente artículo desarrolla una experiencia destinada a la concientización patrimonial ciudadana, especialmente referida a los principales bienes modestos de la ciudad de Mar del Plata (Argentina). Así, se indagan estrategias mínimas, pero sustanciales, para abordar el reto y el compromiso planteado. En el presente artículo presentamos un análisis sobre el tratamiento que los diarios nacionales, *Clarín* y *La Nación*, realizaron respecto al 8 de marzo, Día Internacional de la Mujer. El análisis se realizó combinando la perspectiva de género con el modelo teórico y metodológico de la Intencionalidad editorial, propuesta novedosa que se ha construido para abordar de manera propia y diferencial los procesos periodísticos dentro del campo. Adoptando métodos cuantitativos y cualitativos, se relevaron, en los dos diarios, todas las piezas publicadas que referían al tema y se analizaron en profundidad. Buscamos dilucidar el sentido común que estos diarios instalaron en la sociedad entorno al día Internacional de la mujer.

Palabras Claves • Día Internacional de la Mujer / *Clarín* / *La Nación* / Sentido Común.

Abstract • This article develops an experience with regards to citizen patrimonial awareness, specially recounted to the principal modest properties of the city of Mar del Plata (Argentina). Thus, there are investigated minimal strategies, but essential, to approach the challenge and the commitment raised. In this paper we present an analysis of the treatment that the national newspapers, *Clarín* and *La Nación*, held on 8 March, International Women's day. The analysis was done by combining a gender perspective with the theoretical and methodological Editorial Intentionality model, innovative proposal that has been built to analyze differentially journalistic processes

* Instituto de Ciencias Humanas, Sociales y Ambientales del Centro Científico Tecnológico (CCT) de Mendoza, dependiente del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Mendoza, Argentina). E-mail: soledadgil01@yahoo.com.ar

within the field. Adopting quantitative and qualitative methods, we analyzed, in the two newspapers, all published pieces that relate to the topic and analyzed in depth. We seek to elucidate the common sense that these newspapers installed in society around the International Day of Women.

Key Words • International Women's day / *Clarín* / *La Nación* / Common Sense.

Introducción

Existen diversas versiones acerca del origen del Día Internacional de la Mujer. Sin adentrarnos en ello, lo que podemos afirmar es que, el objetivo del mismo es visibilizar las situaciones desiguales que existen entre los géneros en la sociedad.

Es decir, el Día Internacional de la Mujer nos recuerda los derechos conquistados a través de las luchas de las mujeres y también, las deudas pendientes para alcanzar la igualdad.

Es histórica la situación de subordinación de las mujeres respecto de los varones en la sociedad. Esto se debe a una construcción sociocultural que establece roles específicos para mujeres y varones dentro de lo que se ha denominado sociedad patriarcal. Sólo basta observar quiénes ocupan los puestos de poder y de decisión en las instituciones privadas o públicas para darnos cuenta de que las condiciones de acceso no son equitativas entre ambos géneros.

En este marco, el rol de los medios de comunicación y del periodismo en particular, resulta fundamental ya que, a través de sus procesos periodísticos, construyen sentido común contribuyendo a mantener el orden existente o a modificarlo.

Tomamos como unidades de análisis las piezas periodísticas publicadas por los diarios nacionales *Clarín* y *La Nación*, en sus ediciones impresas de sus páginas digitales, el 8 de marzo de 2011, referidas al Día Internacional de la Mujer. La elección de los medios mencionados se justifica dado que son los de mayor tirada en nuestro país y por tanto, tienen un importante rol en la conformación de la agenda mediática y del sentido común construido. Asimismo, particularmente *Clarín*, forma parte del - hasta ahora - multimedio más grande del país.

Nos preguntamos ¿Cómo trataron los temas referidos al Día Internacional de la Mujer, los diarios nacionales *La Nación* y *Clarín*? ¿Qué sentido común construyeron? ¿Mediante qué mecanismos? Nos guía la hipótesis de que, dado que *Clarín* y *La Nación* son dos diarios que conforman el bloque hegemónico de poder, el sentido común que construyeron en relación al Día Internacional de la Mujer y a sus derechos, apuntó a mantener el orden patriarcal y desigual existente entre varones y mujeres.

Abordamos este análisis desde una perspectiva de género y desde el modelo teórico-metodológico de la Intencionalidad Editorial (IE) el cual se constituye como un "observatorio de medios". Establecer esta metodología es un intento de lograr un enfoque teórico-metodológico propio de la disciplina y pertinente para el análisis del citado objeto de estudio ya que, hasta el momento, esto es producto de la convergencia de distintas disciplinas a través de las cuales se han abordado las investigaciones sobre periodismo y también sobre comunicación.

La perspectiva de género

El género es el sexo socialmente construido. Es decir, género es "el conjunto de disposiciones por el que una sociedad transforma la sexualidad biológica en productos de la actividad humana y en el que se satisfacen esas necesidades humanas transformadas" (De Barbieri, 1993, p. 9). En otras palabras, se hace extensivo lo biológico en lo social lo que, por ejemplo, establece el mandato de las mujeres quienes deben ser las cuidadoras de los hijos e hijas, responsables de su alimentación y educación pero también del varón y de las personas mayores dado que son las mujeres justamente quienes biológicamente tienen la posibilidad de engendrar y parir.

Por tanto, la categoría Género nos permite el reconocimiento de una dimensión de la desigualdad social hasta entonces no tratada, subsumida en la dimensión económica, ya en las teorías de las clases, ya en las de la estratificación social.

En coincidencia con Fernández Hasan (2006), el género como categoría descriptiva visibiliza las desigualdades entre hombres y mujeres, como categoría analítica permite interpretar estas desigualdades y como categoría política posibilita entender las formas de distribución de poder entre los géneros y en consecuencia la discriminación y subordinación de las mujeres en la sociedad.

El sistema actual y las relaciones sociales se sustentan en factores como la división sexual del trabajo, la separación de espacios privados y públicos, los códigos culturales que dan distinto reconocimiento y valoración a las características, comportamientos y actividades atribuidos a ambos sexos y la orientación de recursos y prioridades especialmente hacia los hombres.

Tal como ha señalado Scott, "el término género forma parte de un esfuerzo de las feministas contemporáneas por reivindicar un territorio definitorio específico, de insistir en la insuficiencia de los cuerpos teóricos existentes para explicar la persistente desigualdad entre mujeres y hombres" (Scott, 1999 59).



Lo importante de destacar es que el concepto de género pretende hacer hincapié en características sociales asignadas a la diferencia sexual cuando niega el determinismo biológico.

En el caso del presente artículo, la aparente "neutralidad" de los medios de comunicación insertos en la sociedad permite justamente invisibilizar estas relaciones de poder entre los géneros y la dominación de lo "masculino" sobre lo "femenino" pero también sobre las diversas construcciones e identidades sexuales que escapan o quedan fuera del orden establecido.

El modelo de la Intencionalidad Editorial

En América Latina, a partir de la década del 90, los medios sufrieron un proceso de concentración, y acabaron en pocas manos, coincidentes con las que tienen propiedad sobre empresas de diversa naturaleza y ejercen fuertes presiones a los gobiernos.

Esta privatización determinó que el conjunto de las empresas de telecomunicaciones pasaran a estar controladas por capitales privados, en muchos casos extranjeros. De esta manera, pocas voces hegemонizan qué y cómo se informa, ocultando sus intereses e ideologías. Los grandes grupos multimedia se manejan en una dinámica de alianzas, fusiones, absorciones y concentraciones, tratando de tomar posiciones en el dominio de una infraestructura de la información global.

Este proceso de concentración económica en el control y propiedad de los medios de comunicación, encontró su correlato en el campo de las investigaciones académicas a partir del abandono del paradigma científico de la manipulación, y el desplazamiento del eje de los estudios hacia la recepción y hacia un sentido de la noción de ideología acotado, en términos semióticos, al contenido simbólico de los mensajes en detrimento del análisis global y su papel en el proceso hegemónico.

En este marco, resulta importante una lectura crítica de los medios de comunicación para saber qué parcialidades se presentan como verdades universales.

El modelo de la Intencionalidad Editorial¹, tiene como guía la premisa marxista de que no se puede entender un fenómeno social analizando una de sus partes; en este caso; no se puede comprender la esencia del proceso periodístico abordando, sólo el contenido de los mensajes o la recepción de los mismos. En función de esto, surge la necesidad de realizar un análisis teórico de la economía política de los medios de comunicación, aspecto que perdió consistencia en los estudios de las últimas décadas en las Ciencias de la Comunicación.



Es decir, desde esta perspectiva, se comprenden a los procesos periodísticos desde una relación dinámica entre el campo del hacer, el campo de lo simbólico y el campo de la materialidad. Asimismo, resultan ser – los procesos periodísticos - manifestaciones del género de la propaganda, y parte fundamental de la disputa por el poder. Detrás de los procesos periodísticos está el complejo entramado ideológico, político y económico de los medios de comunicación hegemónicos, que presentan las informaciones como objetivas e imparciales, ocultando la manipulación que ejercen.

Respecto al debate objetividad/subjetividad, el modelo que nos convoca, acude a un acuerdo semántico para entender que el periodismo es objetivo en tanto que un hecho puede ser confirmado y contrastado a partir de las fuentes que se utilizan y consultan. Es decir, no entiende a la objetividad como sinónimo de imparcialidad como sí lo hacen y pregonan los medios hegemónicos. Por el contrario, la IE afirma que el periodismo es objetivo y necesariamente parcial, en el sentido de que siempre existe posicionamiento político-editorial (Ducrot, 2009). De hecho, la selección de determinadas fuentes y/o el tratamiento de las mismas, es siempre parcial.

Ahora bien, los medios hegemónicos de comunicación enmascaran esta parcialidad mostrándola como universal y natural. Para ello se sirven de diversos mecanismos que utilizan en la construcción de las noticias.

Mencionamos que desde el modelo de la IE, se sostiene que el periodismo forma parte del concepto genérico de propaganda. Esto supone que aquél comparte con éste una serie de métodos comunes que son punto de relación y de identidad. La particularidad del periodismo como parte de la propaganda se define por la relación dialéctica entre objetividad y parcialidad (López, 2006: p. 48).

Dicho esto, es necesario analizar los puntos de relación e identificación entre la propaganda en sentido genérico, y el periodismo como forma especial de propaganda. En este sentido, Fernando López, en un artículo de su autoría titulado *"Periodismo y propaganda"* (2006), toma los aportes que Jean-Marie Domenach da en su trabajo *"La propaganda política"* (1993: pp. 52-80). En este sentido, menciona cinco reglas de la propaganda que pueden servirnos como referencia y que tienen puntos de contacto con el periodismo: simplificación y enemigo único, exageración y desfiguración, orquestación, transfusión y unanimidad y contagio.

Los mecanismos de propaganda del periodismo, institución superestructural, serán claves para naturalizar ciertos valores y concepciones de clase y para



poner en marcha el consenso que determinará el grado de dominio del bloque hegemónico (Gil, 2008: p. 25).

Cabe mencionar que, la perspectiva de la IE, también conlleva un modelo metodológico que inaugura una nueva manera de trabajo dentro del campo de la comunicación. Éste, consiste en un observatorio de medios que implica un estudio acerca del comportamiento de los medios de comunicación sobre un tema en particular, en un determinado período de tiempo, combinando métodos cuantitativos y cualitativos. Los primeros apuntan a brindar una estadística respecto del tema analizado y los segundos buscan profundizar respecto de los mecanismos antes mencionados puestos en juego para la construcción de las noticias.

Asimismo, complementa estos análisis, con un estudio de la economía política del/los medios, es decir, sus condiciones materiales de existencia, sus relaciones financieras, políticas, ideológicas, etc.

En síntesis, un observatorio de medios se propone develar el propósito último de toda producción periodística, la creación de sentidos comunes -la conversión de un discurso y de un sistema ideológico de clase en discurso o sistema ideológico universal.

Análisis: la edición impresa de *Clarín* y *La Nación* el 8 de marzo de 2011

Dado lo expuesto, a continuación se presenta el análisis realizado teniendo en cuenta la categoría de género y los lineamientos del modelo de la Intencionalidad Editorial.

Luego de realizar un relevamiento de todas las piezas periodísticas que tanto *Clarín* como *La Nación* publicaron con motivo del Día Internacional de la Mujer, el 8 de marzo de 2011, destacamos lo siguiente.

Clarín publicó 7 notas referidas al tema, dos en la sección País de ubicación secundaria, una en la sección opinión también secundaria, y cuatro en la sección sociedad de las cuales una fue destacada, una secundaria y dos complementarias.

Por su parte, *La Nación*, publicó 5 notas sobre el tema, dos en la sección Política de posición secundaria, dos en la sección Ciencia/Salud, de las cuales una se presentó como destacada y una en la sección Interés General, también destacada.

Adentrándonos ya en el análisis en profundidad de las piezas, *Clarín* dedicó la mayoría de las mismas a tratar el tema de la violencia de género. De hecho, la nota destacada se tituló "*Las mujeres de Perico se unen contra la*



violencia". Ahora bien, la pieza se presenta como un relato de los hechos de violencia que han tenido como víctimas a mujeres y jóvenes en esa ciudad de Jujuy. No hay fuentes comprobables y contrastables. Si hace referencia, en la mitad del relato a una organización de mujeres "Pero las mujeres de Perico comenzaron a reaccionar. Alentadas por la Multisectorial de Mujeres, reclaman que se declare la emergencia por violencia sexual y doméstica".

Otra de las notas secundarias trata sobre una ordenanza inédita sancionada en la ciudad de San Pedro, Jujuy. La pieza se titula "*Votaron una ordenanza inédita para frenar la escalada de violaciones*" y dice en su interior "es la primera ciudad del país donde una ordenanza ha declarado la emergencia sexual y doméstica".

También hace referencia a la ONG Casa de la Mujer de San Pedro pero en la nota tampoco hay fuentes comprobables y contrastables.

Estas piezas fueron publicadas en la sección Sociedad del diario. En la denominada País, las notas referidas al Día de la Mujer se vincularon con personalidades políticas. Así, *Clarín* publicó "*El Día de la Mujer, nuevo motivo de disputa entre Alfonsín y Sanz*". La pieza si cuenta con fuentes pero que nada tienen que ver con las mujeres y sus derechos. Son citados algunos dichos de Alfonsín y de Sanz.

Importa destacar en este punto que, generalmente, los temas y problemas de las mujeres son tratados en las secciones "blandas" de los diarios, como sociedad, información general y también en policiales, mientras que en las secciones más duras estos temas son ninguneados. Como si la violencia de género o todas las temáticas que ello comprende no fuesen una cuestión política (Chaher y Santoro, 2007).

Finalmente, *Clarín* también dedicó piezas de opinión sobre el tema. En su sección Tribuna publicó "*Violencia de género, números ocultos*". La pieza versa sobre la necesidad de conocer las estadísticas reales sobre violencia hacia las mujeres para poder tomar medidas consistentes. En líneas generales, es una nota que apunta a visibilizar aún más esta situación histórica, oculta en el espacio privado del hogar.

Como primera aproximación, sobre *Clarín*, podemos decir que, toma en su agenda el Día Internacional de la Mujer y, si bien no hace alusión en sus piezas a la efeméride en sí, trata uno de los temas que más relevancia pública tiene en los últimos tiempos: la violencia de género. Sin embargo, en este caso, *Clarín* sólo se hace eco de la situación de violencia hacia las mujeres que se vive en un sólo pueblo de Jujuy y desde un sólo enfoque, es decir, desde la violencia física que ha terminado con la muerte de las mismas. La información se construyó en base a las situaciones extremas a las



que puede llegar la violencia. Constatamos aquí la utilización de dos de las reglas de la propaganda: simplificación y espectacularización de la noticia.

En este sentido, en el libro *"Las palabras tienen sexo"* (2007), Chaher y Santoro, manifiestan que es necesario informar sobre las causas y consecuencias de la violencia, de los distintos tipos de violencia de los cuales una mujer, niña y/o adolescente puede ser víctima, publicar piezas que ayuden a la concientización y sobre todo, desde este enfoque, mantener el tema en la agenda y no sólo acudir a él desde el sensacionalismo que termina revictimizando a las mujeres.

Por su parte, *La Nación* trató distintas temáticas en relación a las mujeres sin profundizar demasiado en ninguna.

Llama la atención, la nota de opinión publicada de forma destacada en la sección Información General. Se tituló *"Ah, la educación sexual"* y es escrita por Rolando Hanglin.

La pieza, básicamente, construye un sentido común en contra de la educación sexual en los colegios, una lucha que se lleva a cabo desde distintos movimientos sociales, sobre todo feministas, para educar acerca de los derechos, sobre todo de la mujer dada su condición desigual y subordinada a los varones, sobre el propio cuerpo.

Dice la pieza "en el tiempo actual se habla mucho de educación sexual. Se nos asegura que es imprescindible. Se nos dice que las adolescentes quedan embarazadas a los 14 años, o antes, por falta de educación. Sin embargo, el planeta entero sabe que mediante un incómodo y desagradable adminículo llamado "preservativo" se evita -generalmente- el embarazo. Tenemos la sensación de que muchas jovencitas quedan embarazadas porque quieren. O al menos, no les molesta". La construcción de esta pieza apunta a "culpar" a las mujeres. Desconoce que las desigualdades también están determinadas por la clase social y la situación socioeconómicas de las personas y que, en muchos casos, los y las jóvenes, no tienen acceso a la información.

En su sección Ciencia/Salud, publicó una nota titulada *"Las amenazas para la salud de las argentinas. Los principales riesgos: la obesidad, el sedentarismo y el tabaquismo"*. Desde un punto de vista de género, los problemas de las mujeres en relación a la salud, no tienen que ver con lo mencionado. Un informe de la UNFPA para Argentina, afirma que la tasa de mortalidad materna muestra altibajos y no se puede realizar una proyección firme hacia el futuro. "Lo alarmante es que las mujeres en Argentina se mueren por causas evitables. Un 29 por ciento de las muertes maternas en



2006 se debieron a complicaciones de aborto y es ésta la principal causa de muerte materna (UNFPA, 2009: p. 89).

Entonces, el enfoque de la pieza y la construcción de sentido que sostiene, ocultan las verdaderas problemáticas de las mujeres.

Asimismo, todo el cuerpo de la nota se focaliza en la salud de las mujeres pero para que no se vea afectado su rol de reproductora de la especie. Todos aquellos reclamos que hacen a la salud de las mismas pero desde la no quedan ocultos y no tratados. El medio acude a fuentes legítimas para mantener esta parcialidad y mostrarla como universal: doctores, especialistas, informes de organismos internacionales.

Una pieza publicada en la misma sección y que complementa la anteriormente citada, se tituló "*Avances y cuentas pendientes*", escrita por Nora Bär, de opinión. En la nota se tocan distintos temas pero se refuerza el tema de la salud de las mujeres desde el mismo enfoque que la anterior.

En otra pieza de una muy corta extensión, *La Nación* coincide con *Clarín*. Tituló "*Sanz festejó por adelantado el Día de la Mujer*". Esta nota se publicó en la sección Política. En esta misma, el diario nacional trató el tema de los actos que se realizarían con motivo del Día Internacional de Mujer. Tituló "*Actos y marchas por el Día de la Mujer*", es una pieza de corta extensión que sólo hace referencia a las actividades.

Consideraciones finales

Hemos analizado desde una perspectiva de género y desde el modelo de la Intencionalidad Editorial, el corpus de notas que tanto *Clarín* como *La Nación*, diarios de circulación nacional de Argentina, publicaron el 8 de marzo de 2011 con motivo del Día Internacional de la Mujer.

Luego del análisis presentado concluimos en que, por un lado, *Clarín*, diario que hasta el momento conforma el mayor multimedio del país, si bien trata problemáticas de género, acude a la simplificación y a la espectacularización de la noticia. Sólo se focaliza en casos de violencia de un pueblo de Jujuy que terminaron con la vida de las mujeres. No contextualiza desde un punto de vista de género, cuestión que contribuiría a modificar desde el orden de lo simbólico, las estructuras del patriarcado que hacen posible todos los tipos de violencia hacia las mujeres.

Tal como plantea Josefina Brown (2004), "los umbrales de tolerancia del patriarcado permiten la inclusión de algunos derechos, aunque no dejan de insistir en colocar a las mujeres en su lugar". Es decir, la lucha de las mujeres lleva a que los medios toquen ciertos temas pero no cuestionen sus causas



profundas. Dentro de esos “umbrales” es posible hablar de ciertas cosas pero de otras no y lo hacen desde su propia parcialidad.

Por su parte, el diario *La Nación*, acorde a sus principios ideológicos, construye sentido común respecto de la salud de las mujeres como madres. Temas como la educación sexual, los derechos sexuales y (no) reproductivos no son tratados. Refuerza, enmascaradamente, el mito Mujer =Madre. Cabe decir, que generalmente, los medios publican notas referidas a la maternidad en el día de la mujer (Gil, 2008).

Los dos medios acuden a diversos mecanismos para realizar dichas construcciones. Apelan a las reglas de la propaganda, a fuentes que avalan ese posicionamiento o directamente, no consultan alguna y sólo es una redacción del/la periodista del medio. También las construcciones discursivas y la ubicación de las piezas construyen tal sentido común.

Insertos en el bloque hegemónico de poder, los procesos periodísticos, apuntan a conservar el *status quo*, con más o menos margen para tratar ciertos temas (como el caso de *Clarín*). En términos de Brown, el límite a la tolerancia de las diferentes identidades de género estaría dado por los umbrales de tolerancia del patriarcado; éstos fijan las fronteras dentro de las cuales es posible consensuar y establecer ciertos acuerdos.

Referencias Bibliográficas

- Belluci, Mabel. (1992). De los estudios de la mujer a los estudios de género: han recorrido un largo camino... En M. Fernández (Eds.), *Las mujeres en la imaginación colectiva*. Buenos Aires: Paidós.
- Brown, Josefina. (2004). Derechos, ciudadanía y mujeres en Argentina. *Revista Política y Cultura*, N°21. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Chaher, Sandra y SANTORO, Sonia. (2007). *Las palabras tienen sexo*. Buenos Aires: Artemisa Comunicación.
- Ducrot, Victor Ego y Otros. (2009). *Sigilo y Nocturnidad en las prácticas periodísticas hegemónicas*. Buenos Aires: Ediciones del CCC.
- Fernandez Hasan, Valeria. (2006). *La construcción mediática del sentido común: Imágenes sobre los procesos de ciudadanía de las mujeres. Análisis desde una perspectiva de género. 1985/2003*. Tesis Doctoral. Mendoza: UNCuyo.
- Gil, Ana Soledad. (2008). *Estereotipos de género y sentido común dominante en la prensa gráfica mendocina. Un análisis desde la Intencionalidad Editorial*. Tesis de grado. Mendoza: FCPyS-UNCuyo.
- López, Fernando. (2006). *Periodismo y Propaganda. Trampas de la Comunicación y la Cultura*. La Plata: UNLP.
- Scott, Joan. (1999). El género: una categoría útil para el análisis histórico. En M. Navarro y C. Stimpson, (Eds.), *Sexualidad, género y roles sexuales*. Buenos Aires: FCE.



UNFPA (2009). Análisis de la Situación de Población en Argentina. Buenos Aires:
Fondo de Población de Naciones Unidas-ONU.

¹ Este modelo fue desarrollado por un grupo de Investigación Teórica de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata, dirigido por el profesor Víctor Ego Ducrot, y probado con eficacia por el Observatorio de Medios de APM desde el mes de mayo de 2006 y otros de carácter internacional, como los realizados por COMUNICAN sobre escenarios electorales de Venezuela, Bolivia, Chile, Perú y El Salvador. La IE recoge, como aportes metodológicos, las herramientas de medición elaboradas por la socióloga y académica Maryclen Stelling, fundadora y directora del Observatorio de Medios de Venezuela, e integrante de COMUNICAN. Asimismo, es trabajado en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional de Cuyo.

