



# **Universidad Nacional Mayor de San Marcos**

**Universidad del Perú. Decana de América**  
**Facultad de Letras y Ciencias Humanas**  
**Escuela Profesional de Comunicación Social**

## **Repensar el género en los medios de comunicación: análisis de contenido de la sección Género del diario La República**

### **TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

Para optar el grado de Bachiller en Comunicación Social

#### **AUTOR**

Johana Lizet PERLECHE GARCÍA

#### **ASESOR**

María Mercedes PALOMINO GONZALES

Lima, Perú

2021



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

## Referencia bibliográfica

---

Perleche, J. (2021). *Repensar el género en los medios de comunicación: análisis de contenido de la sección Género del diario La República*. [Trabajo de investigación de bachiller, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Letras y Ciencias Humanas, Escuela Profesional de Comunicación Social]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.

---

## HOJA DE METADATOS COMPLEMENTARIOS

Código ORCID del autor	<a href="https://orcid.org/0000-0002-8792-9044">https://orcid.org/0000-0002-8792-9044</a>
DNI o pasaporte del autor	77160885
Código ORCID del asesor	<a href="https://orcid.org/0000-0002-4876-2755">https://orcid.org/0000-0002-4876-2755</a>
DNI o pasaporte del asesor	43937497
Grupo de investigación	MEDIALAB UNMSM
Agencia financiadora	Perú Vicerrectorado de Investigación y Postgrado (VRIP) Financiado por el VRIP, en el marco del Programa de Promoción de Trabajo de Investigación para optar el grado de Bachiller E20030650b
Ubicación geográfica donde se desarrolló la investigación	Lima, Perú.  Latitud: -12.0453 Longitud: -77.0311 Latitud: 12° 2' 43" Sur Longitud: 77° 1' 52" Oeste
Disciplinas OCDE	Periodismo <a href="https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.08.01">https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.08.01</a>

## ACTA DE SUSTENTACIÓN

### PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER

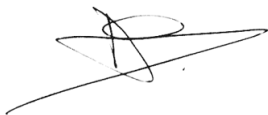
Reunido en sesión virtual el día 26 de julio de 2021 a las 10:00 horas, el jurado integrado por el Dr. David Jean-Robert Duponchel (Presidente), la Dra. Carolina Albornoz Falcón, Mg. José Ángel Paz Delgado, Mg. María Mercedes Palomino Gonzales (Asesora), dio inicio a la sustentación del Trabajo de Investigación titulado: **Repensar el género en los medios de comunicación: análisis de contenido de la sección Género del diario *La República***, presentado por la estudiante Johana Lizet Perleche García, para optar al Grado Académico de Bachiller en Comunicación Social.

Después de la exposición y las conclusiones del estudiante y luego de absueltas las preguntas formuladas por el jurado, éste se retiró a deliberar y acordó la siguiente calificación de acuerdo con lo establecido en el Reglamento General de Estudios de Pregrado:

**Aprobado con máximos honores. Nota: diecinueve**

Habiendo sido aprobada la sustentación del Trabajo de Investigación, el jurado recomendó que la Facultad proponga que se le otorgue el Grado Académico de Bachiller en Comunicación Social a la estudiante Johana Lizet Perleche García.

Concluido el acto académico a las 11: 33 horas, se procedió a la firma de la presente acta.



Dr. David Jean-Robert Duponchel

Presidente



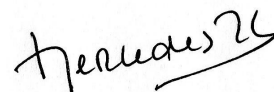
Dra. Carolina Albornoz Falcón

Informante



Mg. José Ángel Paz Delgado

Informante



Mg. María Mercedes Palomino Gonzales

Asesora

## **Resumen**

La presente investigación realiza un análisis de contenido de la sección Género del diario *La República* edición digital. Debido a que el término género se ha tomado para denominar este apartado, cabe preguntarse qué temas se abordan allí, en quiénes se enfoca, y a qué voces o fuentes recurren los periodistas. De esta manera, los meses elegidos para la investigación son de febrero a septiembre de 2020, mes en el que se incorpora por primera vez en el país la figura de una Editora de Género para un medio de comunicación de alcance nacional.

***Palabras claves:*** medios de comunicación digital, enfoque de género, representaciones de género, periodismo y género, producción noticiosa.

***Línea de investigación:*** Sociedad y nuevas tecnologías de la comunicación multimedia, Estudios de género

## **Abstract**

This investigation applies a content analysis of the online newspaper *La Republica*, specifically the Gender section. Since gender is the concept used to denominate this space, it is worth asking what topics are published there, who it is focused on, and what sources they turn to into consideration. The chosen months for the analysis are from february to september, month in which the first gender editor in Peru was incorporated in Grupo La Republica.

**Keywords:** digital media, gender approach, gender representation, gender and journalism, newsmaking.

## Índice

<b>CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>8</b>
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	8
1.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	8
1.3. OBJETIVOS	9
1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN	9
1.5. HALLAZGOS Y LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN	10
<b>CAPÍTULO II. REVISIÓN DE LITERATURA</b>	<b>11</b>
2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO	11
2.2. BASES TEÓRICAS, MARCO TEÓRICO	13
2.2.1. Periodismo Digital	13
a. Periodismo Digital, Cyberperiodismo y Periodismo Disruptivo.	13
b. Lenguaje Digital.	15
2.2.2. Periodismo con perspectiva de género	17
a. Feminismo(s), Teoría Queer y medios de comunicación.	17
b. Teoría del género y periodismo.	18
2.2.3. Marco Contextual	20
a. Diario La República, Breve Historia y Línea Editorial.	20
b. Sección Género en el Diario La República	21
2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS O CATEGORÍAS DE ANÁLISIS	22
2.3.1. Género y Sexo	22
2.3.2. Orientación sexual e identidad de género	23
2.3.3. Géneros Periodísticos	24
2.3.4. Fuentes Periodísticas	25
<b>CAPÍTULO III. HIPÓTESIS Y VARIABLES</b>	<b>27</b>
3.1. HIPÓTESIS	27



3.2. VARIABLES	
27	
3.3. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	
27	
<b>CAPÍTULO IV. MATERIALES Y MÉTODOS</b>	<b>31</b>
4.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	
31	
4.1.1. Alcance.	31
4.1.2. Paradigma.	31
4.2. POBLACIÓN Y MUESTRA	32
4.3. PROCEDIMIENTOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	32
4.3.1. Procedimientos.	32
4.3.2. Técnicas.	33
4.3.3. Instrumento de Recolección de Datos	34
<b>CAPÍTULO V. RESULTADOS</b>	<b>35</b>
5.1. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	35
5.1.1. Notas Periodísticas Publicadas	35
5.1.2. Actores Sociales	38
5.1.3. Fuentes Periodísticas	41
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>45</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>48</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>52</b>

## Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> Matriz de variables objetivo 1	28
<b>Tabla 2.</b> <i>Matriz de variables objetivo 2</i>	28
<b>Tabla 3.</b> <i>Matriz de variables objetivo 3</i>	29
<b>Tabla A1.</b> Ficha de codificación objetivo 1	52
<b>Tabla A2.</b> Ficha de codificación objetivo 2	52
<b>Tabla A3.</b> Ficha de codificación objetivo 3	52

## Índice de figuras

<b>Figura 1.</b> Géneros periodísticos de las notas periodísticas publicadas	35
<b>Figura 2.</b> Ejes temáticos de las notas periodísticas publicadas	36
<b>Figura 3.</b> Temas que se abordan en las notas periodísticas publicadas	37
<b>Figura 4.</b> Género del actor social	38
<b>Figura 5.</b> Género del actor social, figura detallada	39
<b>Figura 6.</b> Función del actor social	39
<b>Figura 7.</b> Ocupación o cargo del actor social	40
<b>Figura 8.</b> Tipo de fuentes periodísticas	41
<b>Figura 9.</b> Género de las fuentes periodísticas	42
<b>Figura 10.</b> Género de la fuente periodística, figura detallada	43
<b>Figura 11.</b> Ocupación / cargo de la fuente periodística	44

## Capítulo I. Problema de Investigación

### 1.1. Descripción del Problema

En los últimos años, las cuestiones relacionadas al género en el Perú han tomado relevancia en la agenda de los medios de comunicación en hechos específicos como los casos de violencia o días conmemorativos de género. Esta cobertura sirvió para difundir las problemáticas concernientes al género en la sociedad.

Sin embargo, como lo evidencia Capuzza (2016), no basta con abordar el género en las noticias, sino que su tratamiento debe reflejar la realidad sin simplificar las complejidades de los sujetos. Asimismo, diversas investigaciones han reflejado lo propio con el estudio de la presencia de la mujer en los medios de comunicación, que no solo son subrepresentadas, sino también encasilladas en estereotipos (Ross, et al., 2018; Patiño, et al., 2016; Romero y Pates, 2017).

### 1.2. Definición del Problema

En ese contexto surge en diciembre de 2019 una sección denominada Género en el diario *La República*, en su versión digital. Al tratarse del único medio peruano no nativo

digital que ha implementado una sección con esta denominación, surgen distintas preguntas que pretenden dilucidarse a través del análisis de contenido de la sección Género del sitio web de *La República*.

En ese sentido, la pregunta general que plantea responder esta investigación es ¿de qué y acerca de quiénes se habla en las notas periodísticas de la sección Género del diario *La República*?

Para obtener la respuesta a esta interrogante, se formularon las siguientes preguntas específicas:

- ¿Qué tipo de notas periodísticas se abordan en la sección y cuáles son los temas que tratan?
- ¿Cuál es el perfil de los actores sociales que se muestran en las notas y cuál es la frecuencia en los que son mencionados de acuerdo a su género?
- ¿Cuál es la distribución por género de las fuentes a las que acude el/la periodista?

### **1.3. Objetivos**

#### ***Objetivo General***

- Analizar las características de la sección Género del diario *La República* edición web.

#### ***Objetivos Específicos***

- Determinar los géneros periodísticos y temas que se abordan en la sección.
- Identificar el perfil de los actores sociales y la frecuencia en la que son mencionados de acuerdo a su género en las notas periodísticas.
- Examinar la distribución por género de las fuentes consultadas en los diferentes tipos de notas periodísticas.

### **1.4. Justificación e Importancia de la Investigación**

La producción académica de género y periodismo en Latinoamérica se ha circunscrito principalmente a los estudios de violencia de género (Romero y Pates, 2017;

Guerrero y Muller, 2012; Pineda, 2018). Ello como respuesta urgente ante los altos índices de feminicidios que en la última década han sido más visibles en la región. No obstante, las brechas de género se presentan más allá de los hechos de violencia: son un tema estructural que involucra a diferentes áreas de la sociedad y del periodismo. “El género está presente en los procesos, prácticas, imágenes e ideologías del periodismo y su distribución de poder” (Ruoho y Torkkola, 2018, p. 67).

En ese sentido, este estudio contribuye a acrecentar el corpus de investigaciones acerca de la producción noticiosa con perspectiva de género.

Desde un aspecto social, se consideró que, en el 2015, la Organización de las Naciones Unidas impulsó 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, como un llamado para reducir las desigualdades para el 2030. En esa línea, la investigación aborda el objetivo 5 de igualdad de género, a través del análisis de las representaciones de sujetos según su género en los medios de comunicación, ya que “el medio periodístico es un importante vehículo de información y transmisión de ideologías” (Hernández, 2012, p. 334).

### **1.5. Hallazgos y Limitaciones de la Investigación**

Los principales hallazgos de la investigación fueron que, pese a que la sección lleva por nombre “Género”, no se explicita el género de la mayoría de los actores sociales ni fuentes periodísticas mencionadas en las 80 notas analizadas. Además, se halló que el porcentaje de actores sociales en los que sí se menciona su género son personas cisgénero heterosexuales. En cuanto a las fuentes, el mayor porcentaje lo conforma la comunidad LGTBIQ+, donde destacan las personas bisexuales.

Una limitación del estudio fue hallar muy pocos antecedentes de investigaciones similares realizadas en el país, debido a que el objeto de estudio es relativamente reciente. No obstante, las halladas fueron de gran utilidad para el planteamiento de la presente investigación.

## Capítulo II. Revisión de Literatura

### 2.1. Antecedentes del Estudio

Para esta investigación se revisó artículos académicos y tesis de grado, la mayoría procedentes de Europa y Norteamérica. En Latinoamérica se consultaron estudios de Argentina, Chile y Perú. Las tendencias que presentan estas investigaciones se dan en cuanto a los actores sociales que abordan, qué aspectos de la comunicación analizan, y el tema en el que se centran.

El Perú ocupa el puesto número 66 en el mundo en cuanto a brecha de género, según el Informe mundial sobre la brecha de género 2020. Las estadísticas del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) señalan en su informe “Perú: brechas de género 2019”, que más de la mitad de la población peruana es de sexo femenino (50,4%) y que la brecha de género —cifra que fluctúa entre 0 (no hay desigualdad) y 1 (hay desigualdad absoluta)— entre hombres y mujeres es de 0,376.

Este desequilibrio también se evidencia en el periodismo (North, 2016, como se citó en Ross, et al., 2018), en la falta de paridad en las redacciones (Patiño, et al., 2016; Ross, et al., 2018) y en la subrepresentación de las mujeres como fuentes y sujetos de noticia (Ross y Carter, 2011). Asimismo, las investigadoras coinciden en que las coberturas donde las mujeres son consultadas como fuentes, en su mayoría, son “noticias blandas” como Salud, Hogar y Espectáculos; mientras que los hombres aparecen más en “noticias duras” como Política, Economía e Internacional (Mitchelstein, et al., 2019; Ross, et al., 2018; Ruoho y Torkkola, 2018; Patiño, et al., 2016).

Además, muchas veces se ha dicho que la poca presencia de las mujeres en posiciones de mayor poder (28,5% en el Parlamento) o en general, en el ámbito laboral peruano (65,1% frente a 82,3% en varones) —como se muestra en el informe de brechas de género del INEI (2019)— contribuye a la falta de consideración para tomarlas como fuentes; sin embargo, Niemi y Pitkänen (2016) demostraron que aún en otro contexto, como en el caso de Finlandia, donde las mujeres tienen altos niveles de educación y participación en el mercado laboral, el porcentaje de mujeres citadas como expertas no era proporcional al número de mujeres en puestos de poder ni en puestos académicos. Esto también fue confirmado por Mitchelstein, et al. (2019) en su estudio acerca de medios argentinos.

Además, la falta de diversidad en las fuentes revela que los sitios de noticias hasta ahora no han logrado convertirse en un escenario para el diverso conjunto de ideas que se espera en una democracia pluralista (Ruoho y Torkkola, 2018; Mitchelstein, 2019). Si bien los medios digitales de noticias y las plataformas de redes sociales pueden ser vías de innovación, existen dentro de un contexto social y político que privilegia a los hombres y sus voces (Patiño, et al. 2016; Ross, et al. 2018; Pineda, 2018; Mitchelstein, 2019).

Los temas de género también competen a la comunidad LGBTIQ+, cuyos miembros han tenido una escasa presencia en la prensa (Pineda, 2018). Si las mujeres cisgénero heterosexuales son menos representadas que los hombres cisgénero heterosexuales, la comunidad LGBTIQ+ está aún más abajo. En las pocas ocasiones que han sido visibilizados/as/es, se han utilizado estereotipos que les encasillan en determinadas actividades, desconplejizándolos como sujetos (Pineda, 2018; Acosta, 2018; Capuzza, 2016). Ello contradice a la realidad, ya que la Primera Encuesta Virtual para Personas LGBTIQ+ muestra que el 28,2% de esta población lo conforman profesionales universitarios, científicos o intelectuales; roles en los que no suelen ser sujetos de noticias (Capuzza, 2016).

Además, la cobertura de estos temas en muchos diarios se limita a la coyuntura, ya que cuando se considera que un tema no tendrá mayor alcance mediático, son suprimidos de la pauta periodística (Pineda 2018; Romero y Pates, 2017). Por ello, Romero y Pates (2017) señalan que no basta con la visibilización de mujeres y la comunidad LGBTIQ+ en aspectos cuantitativos en los medios de comunicación, sino también en el tratamiento de la información, en cómo son representados los actores sociales y en qué rubros se les encasilla (Capuzza, 2016; Pineda, 2018; Ross, et al., 2018).

Ante esta situación, en el Perú, el Centro de Promoción y Defensa de los Derechos Sexuales y Reproductivos (Promsex) publicó en 2018 una guía sobre temática LGBTI para periodistas y medios de comunicación, en la que destacan el papel de los medios en brindar información acerca de las identidades y expresiones de género. En ese sentido, McInroy, et al. (2015) y Ringo (2002) ponen en manifiesto que los medios de comunicación tienen impacto en la identidad de género de las personas LGBTIQ+. Así también lo señala Hoover y Coats (2011) en su estudio acerca de masculinidades.

Una de las conclusiones a las que llega McInroy es que la mayoría de los participantes del estudio percibió que las representaciones acerca de la comunidad

LGBTIQ+ eran limitadas, problemáticas, estereotipadas y que en estas se sobredimensionaban aspectos sexuales. En contraste, los usuarios preferían las historias que representan a individuos complejos en vez de las que muestran a sujetos en los que el género es un atributo diferencial que lo podría hacer interesante. De esta manera, los participantes enfatizaron la calidad de la representación, más que la cantidad, como consideración crucial (McInroy y Craig, 2015; Capuzza, 2016).

Por su parte, Pineda (2018) evidencia que la comunidad LGBTIQ+ es representada en un mayor porcentaje como víctima y en segundo lugar como victimarios de situaciones violentas. Acosta (2018), además, señala que los términos transexual y transgénero son tomados como sinónimos en la prensa digital peruana en el periodo 2017-2018, años que abarcó su investigación.

Asimismo, en cuanto a los estudios referidos a la presencia de las mujeres como fuente de noticias, Mitchelstein, et al. (2019) advierten que el cambio tecnológico del medio no implica más oportunidades para las mujeres y disidencias, ya que los patrones existentes de discriminación de género parecen haber migrado en línea, lo que mantiene y refuerza las prácticas de género hegemónicas en el nuevo entorno de medios (p. 1332).

## **2.2. Bases Teóricas, Marco Teórico**

En este capítulo se presentan las bases teóricas recabadas y analizadas para el desarrollo de la investigación.

Debido a que este estudio se centra en un medio de comunicación digital, se abordó el concepto de periodismo digital, ciberperiodismo y periodismo disruptivo. Los autores que destacan allí son Ramón Salaverría y Silvia Cobo. Asimismo, se describieron algunas corrientes feministas, la Teoría del Género y Teoría Queer, donde destaca Judith Butler.

Respecto al marco contextual, se tomó en cuenta una breve historia de los inicios del diario *La República* y su línea editorial. Además, se abordó cómo se formó la sección Género en este medio.

### **2.2.1. Periodismo Digital**

#### **a. Periodismo Digital, Ciberperiodismo y Periodismo Disruptivo.**



Ramón Salaverría (2019a) señala que, pese a que los medios de comunicación digital aparecieron a mediados de 1990, el concepto de periodismo digital no es tan obvio como podría parecer, ya que a lo largo del tiempo este ha ido cambiando. Así, el autor, en “Digital Journalism” (2019b), manifiesta que de una manera amplia este concepto se refiere a todos los tipos de periodismo que usan las tecnologías digitales para la búsqueda, producción y posterior publicación de las noticias. De una manera más específica, abarca el periodismo que se practica en Internet y las redes móviles.

Sin embargo, con el paso de los años, esta definición se volvió imprecisa, ya que en la actualidad la mayoría de medios de comunicación —radio, televisión, prensa— están presentes también en la esfera digital. Por ello, el autor afirma que "el término periodismo digital y, simplemente, periodismo son sinónimos, porque no hay periodismo que no sea digital, al menos en mayor parte" (Salaverría, 2019b, p. 1).

Por otro lado, resalta que no existe un consenso entre los investigadores para designar esta modalidad periodística; las expresiones que se usan son: 'periodismo online', 'ciberperiodismo', 'periodismo multimedia', 'periodismo digital', etc. Entre todos ellos, los más comunes son 'ciberperiodismo' y 'periodismo digital'.

Salaverría (2019a), quien ha empleado ambos términos en sus investigaciones, los distingue por la amplitud de sus definiciones. Mientras la expresión 'periodismo digital' designa al periodismo que se practica con herramientas digitales, 'ciberperiodismo' se centra en el practicado en el ciberespacio; es decir, en Internet.

La transición del periodismo tradicional al ámbito digital fue un proceso que inició, según lo demuestra Edgardo Pablo García en “Making Online News” (2008, como se citó en Cobo, 2012), con limitaciones en los medios que migraban de plataformas: había un papel pasivo y escasa producción original de la versión digital, que reproducía los contenidos de la impresa. No obstante, ello cambió, los periodistas comenzaron a investigar, elaborar y difundir información adecuándose al ciberespacio, como señalan Salaverría y Negredo (2008).

En esa línea, la generación de nuevos espacios presentó una oportunidad en la que surgió lo que Christensen, et al. (2012) denominan periodismo disruptivo, aquel que rompe con el orden de lo establecido gracias a la ventaja que le otorga su menor tamaño y los bajos márgenes de ganancia que se puede permitir, a diferencia de los medios tradicionales.

Las empresas periodísticas que se crearon bajo esa lógica se iniciaron, en su mayoría, como agregadores de contenidos, para luego transformarse en generadores de contenidos originales, como señalan los autores. Ello coincide con lo expuesto por Salaverría y Negredo (Ibid.).

Además, los autores sostienen que estos medios tienen la característica de ofrecer un producto rápido y personalizado. Invierten en recursos estrictamente necesarios mientras atraen a sus potenciales consumidores. En vez de crear productos dirigidos a personas de acuerdo con su edad, sexo, aspectos físicos o situación económica, se crean nichos de acuerdo a los gustos y necesidades de los mismos.

Christensen, et al. (2012) también mencionan que el valor de los medios digitales reside en el contexto y la verificación. En ese sentido, las preguntas que los lectores buscan son explicaciones acerca del "cómo, por qué y qué significa", qué impacto tiene en ellos directa o indirectamente la noticia, cómo les afecta.

Los autores destacan que la disrupción implica cambios dentro de la organización y que para ello deben estar alineados tres factores principales: recursos, procesos y prioridades.

### **b. Lenguaje Digital.**

Otro de los aspectos que ha cambiado del periodismo tradicional al periodismo digital es el uso del lenguaje, ya que no solo se habla de aspectos lingüísticos, sino de las nuevas formas de narrativas que implica el periodismo digital, sus lenguajes y códigos específicos. En ese sentido, Salaverría (2019a) señala que las primeras investigaciones en el ámbito identificaron tres características principales en el lenguaje del ciberperiodismo: hipertextualidad, multimedialidad e interactividad.

La hipertextualidad, término acuñado por Theodor H. Nelson (1965) recaba la posibilidad de presentar una consulta no lineal. Salaverría la señala como uno de los fundamentos esenciales del lenguaje del ciberperiodismo, ya que Internet fomenta la interconexión de las publicaciones. Además, permite un acceso activo a las noticias: los usuarios deciden por dónde iniciar la información y qué camino seguir en la navegación de la misma.

No obstante, el autor afirma que el ciberperiodismo ha descuidado la calidad de la información y suele estar más pendiente del tráfico que las notas periodísticas puedan

generar. Así, en vez de explorar las posibilidades narrativas y documentales que ofrece el hipertexto, se aprovecha como un recurso para multiplicar vistas.

Por su parte, Cobo (2012) define el hipertexto como aquel "documento polimorfo que se construye enlazando diferentes piezas textuales o audiovisuales, interconectadas entre sí gracias a la tecnología digital" (p. 36). Asimismo, cita a Salaverría (2005) y destaca que este puede ser tanto textual como multimedia.

En esa línea, la multimedialidad, para la autora, es la capacidad que brinda el soporte digital para combinar elementos textuales, imágenes y sonidos en un mismo lugar. Ello se puede dar de manera yuxtapuesta, sin un orden establecido, o integrada, siguiendo una estructura narrativa.

El tercer concepto relacionado al lenguaje del periodismo digital es la interactividad, que Salaverría (2019b) menciona como uno de los elementos que ha intensificado el diálogo con el público en la era de Internet y ha impulsado el periodismo colaborativo o participativo.

Cobo profundiza en el término y resalta que esta forma de empoderamiento por parte del usuario en el ciberespacio tiene consecuencias más profundas que las comunicativas, ya que puede favorecer al control de los grupos de poder. Desde el lado periodístico, entiende la interactividad como la capacidad del usuario para relacionarse con el emisor o interactuar con el contenido.

### ***2.2.2. Periodismo con perspectiva de género***

#### **a. Feminismo(s), Teoría Queer y medios de comunicación.**

Aproximadamente en los años 70, las activistas feministas se dieron cuenta de la importancia que tenían los medios de comunicación para visibilizar su lucha por la reivindicación de su papel en la sociedad, como señala Asunción Bernárdez (2015) en su libro *Mujeres en Medio(s)*. La autora sostiene que no existe un feminismo, sino múltiples feminismos, algunos enfocados en la búsqueda de la igualdad de hombres y mujeres y otros en la independencia de las mujeres desde la diferencia con los hombres.

A partir de los años 80 surgen cuestionamientos en cuanto a qué significa ser mujer. ¿Si esta no era una categoría definida, se podía plantear una lucha colectiva feminista para un sujeto con multiplicidad de realidades?

Este planteamiento lleva a cuestionar tanto el paradigma de la igualdad, pues renuncia a una identificación colectiva de 'mujeres' (necesaria para la articulación de la lucha política), como al paradigma de la diferencia, ya que no hay ninguna esencia femenina, sino construcciones de lo femenino. (Bernárdez, 2015, p. 34).

Chantal Mouffe (como se citó en Bernárdez, 2015) sostuvo que “ninguna identidad es una esencia cerrada y fijada por completo” (p. 34), sino producto de articulaciones que las une a diferentes posiciones y construyen en los individuos una identidad política. La autora destaca esta pluralidad de sujetos como pilar de la democracia. Asimismo, Bernárdez (Ibid.) trae a colación a Spivak, quien también afirma que no existe un feminismo universalista, pero que puede haber un esencialismo estratégico en situaciones que permitan unir a las mujeres en las luchas por determinada causa.

Rossi Braidotti, por otro lado, parte de la noción de un "cuerpo incardinado" para la reivindicación y lucha feminista. La autora señala que este concepto no es homogéneo, es donde confluyen la consciencia y el inconsciente, que es dotado, además, de una “corporeidad con la que comprender y moverse por el mundo”, como recopila Asunción Bernárdez (2015, p. 35). No obstante, el cuerpo para Braidotti no es la esencia material que lo conforma, sino la intersección entre lo “biológico, lo lingüístico y lo social, un campo de fuerzas donde se inscriben múltiples códigos culturales” (Ibid.).

En esa línea antiesencialista, Judith Butler (2001) mantiene en “El género en disputa” que la identidad es un proceso performativo heterogéneo. Además, señala el problema del sujeto como un eje principal en la política feminista. Así, en “Deshacer el género” (2006), la autora sostiene que lo principal es no solo pensar en el sujeto, sino deconstruirlo y cuestionarlo.

Butler es una de las ponentes más destacadas de la Teoría Queer, que la investigadora concibe como aquella que va en contra de la imposición de un género por parte de la sociedad, en contra de las legislaciones no voluntarias de las identidades. Uno de los objetivos de esta teoría consiste en cuestionar la heterosexualidad normativa aceptada social e históricamente como lo “normal”.

Asimismo, esta teoría busca visibilizar las identidades usualmente llamadas “disidentes” y romper con las barreras que sostienen un binarismo genérico. Es decir, no

establecer parámetros determinados de qué es masculino o femenino, sino identificar categorías que exploren más allá, tanto desde un aspecto sexual como identitario.

La autora enfatiza que un prerrequisito para la autodeterminación respecto a qué cuerpo y género mantienen los sujetos es que las instituciones sociales cambien las normas de género con las que se suele presentar un “ellos” frente a un “nosotros”. En ese sentido, los medios de comunicación cumplen un rol fundamental debido a que “son hoy un espacio privilegiado de legitimación social y simbólica” (Bernárdez, 2015, p. 59)

### **b. Teoría del género y periodismo.**

El papel de los medios de comunicación en la construcción y representaciones mediáticas ya era tema de estudio desde los años 80, cuando Susan Faludi (1993, como se citó en Bernárdez, 2015) realizó una investigación acerca de la misoginia impartida por parte de los medios de comunicación, quienes estaban en contra de las mujeres trabajadoras. Entonces se pretendía confluír movimientos antifeministas y se acuñó el término de postfeminismo. Es decir, una época en la que el feminismo se había dejado de lado por supuestamente ya no ser necesario. Esta denominación, como aclara Bernárdez, fue empleada en y por el periodismo, mas no en ámbitos académicos.

Los medios de comunicación contribuyen a generar discursos hegemónicos que legitiman las posiciones de poder de los grupos dominantes sobre los grupos subalternos. Sin embargo, en ocasiones pueden ir en contra de los mismos, afirma Bernárdez (2015). En ese sentido, la aplicación de la perspectiva de género es una manera de deconstruir modelos androcéntricos y sexistas del imaginario colectivo.

La autora señala que la finalidad de la aplicación de una perspectiva de género es señalar “qué tienen de opresivos y enajenantes, tanto para hombres como para mujeres, las representaciones que se generan en el orden patriarcal” (Ibid., p. 66). Esta perspectiva se obtiene gracias a las herramientas proporcionadas por la Teoría del Género, que, en tanto corpus teórico multidisciplinar, puede ser empleado en diferentes áreas del conocimiento.

La Teoría del Género, manifiesta Bernárdez (Ibid), se ha desarrollado desde mediados del siglo XX guiado por el pensamiento feminista. Su fin consiste en explicar “cómo surge y se perpetúa el sexismo y la desigualdad” (p. 66). Así, adoptar la perspectiva de género, explica la autora, significa observar de manera crítica las dinámicas de las

relaciones sociales y culturales. A partir de ello, hacer visibles las simetrías respecto al poder social otorgado a los individuos de acuerdo a su género, alejándose de la mirada androcentrista usual.

Bernárdez afirma que, en los medios de comunicación, este enfoque o perspectiva debe ser transversal y no encasillarse en determinados temas o secciones. En cuanto al lenguaje, manifiesta que un buen profesional de los medios debe ser consciente de que en ocasiones el lenguaje que se usa es estereotipante, por lo que desde el enfoque de género se promueve realizar estrategias para representar a los sujetos en toda su diversidad y complejidad.

Esta perspectiva destaca la importancia del lenguaje en la prensa, ya que a través de este se legitiman o deslegitiman ciertas representaciones de identidades. Frazer (como se citó en Bernárdez, 1995) afirma que nombrar de un modo adecuado a los actores sociales va más allá de lo estético y significa una cuestión de justicia social y simbólica para grupos históricamente marginados. Por ello, se debe evitar el masculino genérico, ya que los demás actores, al no ser nombrados, son invisibilizados, plantean Mercedes Bengochea y Luisa Vaquera, también mencionadas en el libro “Mujeres en Medios(s).

Desde la Teoría del Género, es importante los temas que el periodista escoge y la sección en la que se publica. Aunque en ocasiones se afirme que el periodismo es objetivo, siempre existe un grado de subjetividad al escoger los temas que se aborda, los enfoques, las fuentes periodísticas a las que se consulta, etc., como reafirma Bernárdez. En ese sentido, la autora destaca que el periodismo ofrece una lectura de la realidad en la que se privilegian ciertos temas y se infravalora e incluso invisibiliza otros, de acuerdo con ciertos criterios, entre los que se encuentra el género. En ese punto coincide Mar de Fontcuberta (1993), quien sostiene que los medios incluyen, excluyen y jerarquizan la información.

Asimismo, Bernárdez (2015) señala que se privilegian voces a las que se consulta (fuentes periodísticas) y se otorga legitimidad como expertos, mientras a otras se las excluye. Debido a que nuestra sociedad se ha situado en función a un sistema de sexo/género que privilegia la voz de los hombres e infravalora a mujeres y comunidad LGTBIQ+, Natalia Fernández (2003) sostiene que en el periodismo predomina la elaboración y distribución de noticias con una ideología de “carácter patriarcal” (p. 18).

Ante ello, Asunción Bernárdez afirma que “en tanto profesionales de la comunicación, la preocupación por un lenguaje no sexista, inclusivo y en el que tanto mujeres como varones se sientan representados, debería ser una prioridad” (2015, p. 118). De igual forma, la Teoría Queer sostiene la necesidad de representación en su variedad y complejidad de la comunidad LGTBIQ+ en las instituciones sociales y de poder, entre las que se encuentra el periodismo.

### **2.2.3. Marco Contextual**

#### **a. Diario *La República*, Breve Historia y Línea Editorial.**

El diario *La República* fue fundado el 16 de noviembre de 1981, con una línea editorial basada en una postura política contestataria al poder, con el fin de construir una república real, liberal y no conservadora, que vele por el interés colectivo.

(...) República fue una palabra revolucionaria y contestataria que resumió un vasto movimiento de libertad y unificación latinoamericana a fines del siglo XVIII y principios del siglo XIX. Lo deplorable es que, la nuestra, haya terminado por convertirse en una república conservadora, algo parecido a un círculo cuadrado o un hierro de madera, porque república es, por su propia definición, una organización colectiva de protesta y autorrealización y, en ese sentido, la república se opone, fundamentalmente, a todas aquellas políticas que prescindan del interés colectivo —la *respublica*, la cosa pública— en beneficio de grupos, castas, dinastías o estirpes privilegiadas (...)

(Guillermo Thorndike, 16 de noviembre de 1981, *La República*)

El principal accionista, Gustavo Mohme, tuvo un papel influyente en la línea editorial, ya que fue el líder del partido Acción Popular Socialista y luego de Izquierda Unida. Ese pensamiento fue el que guio la versión impresa y en general, el rumbo del diario y sus contenidos, como señala Gargurevich (1991). No obstante, señala el autor, el contexto en el que se instauró (inicios del conflicto armado interno en el Perú), y los fines comerciales lo hicieron virar hacia las notas policiales de impacto, aunque en el fondo seguía con los principios en los que se fundó.

En 1995, *La República* inició sus publicaciones en Internet, pero estas se limitaban a reproducir su versión impresa. En mayo de 1996, este diario se convirtió en el primer periódico peruano en elaborar una versión para Internet, como manifiesta Lyudmyla Yezers'ka y Rosa Zeta de Pozo (2016). A pesar de ser dos versiones (digital e impresa) de un mismo diario, pertenecen a personas jurídicas distintas: Grupo *La República* y Grupo *La República Digital*. En consecuencia, cada una tiene un funcionamiento y metas diferentes, tal y como lo manifiesta Alvaro Reyes (2015).

En ese sentido, existen áreas en *La República* edición digital que no están en la versión impresa. Una de ellas es la sección Género.

### **b. Sección Género en el Diario *La República***

Como antecedente de una sección bajo el rótulo de Género en medios digitales peruanos, hallamos el caso de *Ojo Público*, que tiene un apartado con la misma tipificación que el de *La República*. La diferencia más evidente entre ambos es la regularidad de las publicaciones. La sección Género de *La República* inició sus publicaciones en diciembre de 2019 y tuvo como principal redactora a Lucía Solís, quien desde el 27 de agosto de 2020 ocupa el cargo de Editora de Género en el Grupo La República Publicaciones. Es decir, en los diferentes diarios que tiene la empresa.

Solís, en una entrevista para Mano Alzada (agosto 2020), cuenta que como redactora en una sección que apoyaba con contenido a las demás secciones como Política, Sociedad y Mundo, se concentró en tratar temas concernientes al género. Por su interés y el de un grupo más de redactoras, se hizo posible la creación de esta sección. Ello también está alineado con la creación de secciones específicas que *La República* versión digital tiene para los nichos o públicos objetivo que considera relevantes, ya sea por su índice de lectoría o por su presencia en internet. Por ejemplo, existen secciones enfocadas en videojuegos, ciencia y cultura asiática.

La sección Género sigue, en líneas generales, los principios con los que se fundó La República, dar voz a quien no la tiene y la defensa de los derechos humanos.

## **2.3. Definición de Términos o Categorías de Análisis**

### **2.3.1. Género y Sexo**

Para este proyecto de investigación se recogen las definiciones de género de las teorías feministas que desde los años 70 del siglo pasado impulsaron su conceptualización como una categoría de análisis científico. No obstante, ello no supone que género sea un sinónimo de “mujer” o “feminismo”, pues también incluye los roles que socialmente se le han asignado al sexo masculino. El género es así “una construcción social” (Butler, 2001, 2006), una serie de diferenciaciones sobre “cómo debe de ser lo masculino u hombre y



cómo debe de ser lo femenino o mujer”, en base no a una disposición genética, sino a una identidad prefijada al sexo del ser humano incluso antes de haber nacido (García, 2011).

En esa misma línea, Goldstein (2001) hace la delimitación de sexo, como lo referente al plano biológico, y el género, al plano cultural.

Somos de un determinado sexo, pero aprendemos o desempeñamos ciertos roles de género que no están predeterminados ni se inclinan rígidamente al sexo biológico. Por tanto, el sexo es fijo y se basa en la naturaleza; el género es arbitrario, flexible y se basa en la cultura. Este uso ayuda a separar las desigualdades de género de cualquier base putativa inherente o natural. (p. 2)

La Organización Mundial de la Salud (2018) también ha recogido la idea de construcción sociocultural del género y agrega el carácter sancionador que ejerce la sociedad con los disidentes. “Cuando las personas o grupos no se ajustan a las normas (incluidos los conceptos de masculinidad o feminidad), los roles, las responsabilidades o las relaciones relacionadas con el género suelen ser objeto de estigmatización, exclusión social y discriminación, todo lo cual puede afectar negativamente a la salud”, señala.

Por su parte, Judith Butler (2001) mantiene en “El género en disputa” (2001) que el género es la inscripción sobre un cuerpo predeterminado. Asimismo, define el sexo como una construcción social y cultural que permite estabilidad entre la naturaleza del varón y la hembra; es decir, de lo heterosexual.

Butler también manifiesta que la identidad de género se constituye de manera interna de forma temporal en torno a la idea de performatividad (poder reiterativo de una acción, que permite imponer y regular el discurso del género, que está desarrollado por gestos y estilos corporales).

### ***2.3.2. Orientación sexual e identidad de género***

Otro de los conceptos que interesa delimitar son orientación sexual e identidad de género. Ambos han sido definidos en los Principios de Yogyakarta (2007), un documento elaborado por expertos en derecho internacional de los derechos humanos para incidir en las legislaciones de los países del mundo.

En este se señala que la orientación sexual hace referencia “a la capacidad de cada persona de sentir una profunda atracción emocional, afectiva y sexual por personas de un género diferente al suyo, o de su mismo género, o de más de un género” (p. 6). Mientras que identidad de género es “la vivencia interna e individual del género tal como cada

persona la siente profundamente, que puede corresponder o no con el sexo asignado al nacer”, y que a su vez puede involucrar “la modificación de la apariencia” (p. 8) a través de cambios quirúrgicos o de otra índole, como los modales. En esa línea, como explica Atienza (2015), ello implica también “la adhesión a las normas sociales (al género) sobre lo masculino y lo femenino” (p. 1233).

Para esta investigación, estas definiciones —si bien son discutidas dentro del feminismo posmoderno de la diferencia, que señala que el sexo es también una construcción cultural como el género— se consideran necesarias como punto de partida de análisis de una sección de un medio de comunicación que pretende abordar un campo tan complejo como es el estudio de los cuerpos.

Asimismo, se estiman necesarios los siguientes indicadores, definidos en Apolaya, Delta y Arguedas (2018), como parte de la categoría género:

- Mujer cisgénero heterosexual: persona de sexo femenino cuya identidad de género corresponde a su sexo asignado al nacer y que siente atracción por el sexo opuesto.
- Hombre cisgénero heterosexual: persona de sexo masculino cuya identidad de género corresponde a su sexo asignado al nacer y que siente atracción por el sexo opuesto.
- Lesbiana: mujeres que se sienten atraídas por otras mujeres.
- Gay: hombres que se sienten atraídos por otros hombres.
- Persona trans: se da cuando la identidad de género de la persona no corresponde con su sexo asignado al nacer.
- Bisexual: personas que se sienten atraídas tanto por hombres como mujeres.
- Intersexual: se da cuando existen situaciones en las que la anatomía sexual de la persona no se ajusta a lo culturalmente definido como masculino o femenino.
- Queer: personas cuya identidad de género y orientación sexual van más allá del LGTB.
- No binario: personas cuya identidad de género trasciende la dicotomía de hombre y mujer.

### **2.3.3. Géneros Periodísticos**

Martinez Albertos (como se citó en Parratt, 2008) desarrolló la denominada teoría normativa de los géneros periodísticos, donde distinguió tres macrogéneros: el género

informativo, dentro del que se instaura la información y el reportaje objetivo; el género interpretativo, donde se encuentra el reportaje interpretativo y la crónica; y, finalmente, el género de opinión, donde destaca el artículo y el comentario.

Esta teoría fue refutada y actualizada por su mismo autor años más tarde debido a que “no tiene carácter normativo o coactivo, sino que es, simplemente, una construcción que sirve para describir la realidad sociolingüística, y cuya vigencia es una pura cuestión estadística” (Parratt, p. 65). Así, el investigador consideró otras variables como la actitud del autor, que afecta el modo de estructura del texto. En esa línea, se añadió el macrogénero de entretenimiento.

Sonia Parratt (2008) también cita a Luisa Santamaría quien, al igual que Martínez Albertos, agrupa la variedad de notas periodísticas en tres géneros. El primero es el género informativo, donde están incluidas las noticias y el reportaje objetivo. Para la autora, las entrevistas son consideradas como parte de un reportaje neutro u objetivo. Un segundo elemento es el género interpretativo, que abarca los subgéneros de reportaje interpretativo y crónica. El tercer género clasificado por la autora es el género de opinión. En este se encuentra la editorial, el suelto, la columna y la crítica.

Para efectos de esta investigación, se han fusionado estas dos clasificaciones y se llegó a la siguiente, que será utilizada al momento de la codificación:

- Género informativo: noticia, reportaje informativo
- Género interpretativo: reportaje interpretativo, crónica
- Género de opinión: editorial, artículo y columna

Núñez Ladevéze (como se citó en Mejía, 2012) diferencia a estos géneros debido al objetivo principal en cada uno. Así, señala que el género informativo se enfoca en los temas actuales, en dar cuenta de lo que pasa. Por otro lado, el género interpretativo profundiza en la información, dado que su objetivo es establecer una conexión de la noticia con el contexto en el que sucede. En cuanto al género de opinión, el investigador manifiesta que lo principal es que el periodista tome una postura y trate de convencer al lector a través de argumentos sólidos.

#### ***2.3.4. Fuentes Periodísticas***

Según Fontcuberta (1993), las fuentes periodísticas surgen con el objetivo de obtener información acerca de un acontecimiento o profundizar en este. Estos, añade la autora, pueden ser personas, instituciones, organismos e incluso documentos.

López (como se citó en Ruiz y Albertini, 2008), señala que los tipos de fuentes con las que los medios de comunicación trabajan pueden dividirse en cuatro: fuentes propias, institucionales, espontáneas, y confidenciales y anónimas. Sin embargo, esta categorización tiene parámetros volubles, por lo que causa un tanto de confusión.

Los investigadores argentinos Sibila Camps y Luis Pazos emplean un sistema más completo de clasificación acerca de los tipos de fuentes (como se citó en Ruiz y Albertini, 2008). Ello debido a que esta tipificación no está determinada por las interpretaciones del periodista. Además, “ofrece un detallado abanico de opciones que, sin redundar en una especificidad excesiva, resulta práctico y orientador cuando se trata de emprender la búsqueda de información periodísticamente valiosa” (p. 60).

Así, Camps y Pazos clasifican a las fuentes en 5 grupos:

- La observación directa
- La gente (protagonistas, voceros y jefes de prensa, los contactos, las agencias de prensa, periodistas de otros medios)
- Los documentos
- Otros medios de comunicación
- La parainformación

Para propósitos de la presente investigación se decidió combinar ambas clasificaciones, con el fin de que respondan a los objetivos planteados. De esta manera se obtuvo lo siguiente:

- Protagonistas o sujetos
- Fuentes institucionales
- Especialista o experto
- Testigos
- Experiencia personal
- Opinión popular
- Fuentes documentales
- Otros medios de comunicación



## Capítulo III. Hipótesis y Variables

### 3.1. Hipótesis

#### *Hipótesis General*

- En la sección Género del Diario *La República* edición digital se habla acerca de las cuestiones de género, desafiando la visión androcentrista y binaria de la sociedad al visibilizar a mujeres y comunidad LGTBIQ+.

#### *Hipótesis Específicas*

- Las notas periodísticas que más aparecen son de corte interpretativo y abordan temas referidos a la agenda feminista.
- La mayoría de actores sociales presentados en las notas son mujeres o parte de la comunidad LGTBIQ+, a quienes se presenta como sujetos activos.
- Las fuentes más consultadas son mujeres expertas en el tema que se aborda.

### 3.2. Variables

Hernández, et al. (2014) coinciden con diversos autores y señalan que “una variable es una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse” (p. 105). Este concepto puede aplicarse a seres vivos, objetos, hechos y fenómenos. Como sostiene el autor, las variables adquieren valor en la investigación cuando forman parte de una hipótesis o teoría.

En este estudio las variables son las notas periodísticas, los actores sociales y las fuentes a los que el periodista consulta para redactar la nota periodística. Estas van acorde a los objetivos específicos de la investigación.

### 3.3. Operacionalización de variables

Algunos indicadores y categorías utilizados para esta tesis fueron los empleados en la guía de codificación de 2020 del Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP), uno de los mayores programas de seguimiento de género y medios de comunicación en el mundo. Se adecuaron y emplearon solo los necesarios para los objetivos de la presente investigación.

Asimismo, para operacionalizar las variables, se utilizó el modelo presentado por Ana Irene Méndez (2007) en “Metodologías y técnicas de investigación aplicadas a la comunicación”. A continuación, se adjunta la matriz de variables:

**Tabla 1**

*Matriz de variables objetivo 1*

Objetivo	Variable general	Definición conceptual	Dimensiones (Variable intermedia)	Categorías	Indicadores	Ítems (Operacionalización)
<b>1. Determinar los géneros periodísticos y temas que se abordan en la sección.</b>	Notas periodísticas	Información de determinado acontecimiento al que hace frente el periodista. (Fontcuberta, 1993)	Características de las notas periodísticas	Género periodístico	Informativo	Análisis de contenido
					Interpretativo	
					De opinión	
				Temas	Variado	
				Coyuntura	Sí	
No						

**Tabla 2**

*Matriz de variables objetivo 2*

Objetivo	Variable general	Definición conceptual	Dimensiones (Variable intermedia)	Categorías	Indicadores	Ítems (Operacionalización)
<b>2. Identificar el perfil de los actores sociales y la frecuencia en la que son mencionados en las</b>	Actores sociales	Generalmente son los participantes que realizan o reciben la acción en el texto. (Van Leeuwen, 1996)	Factores individuales	Identificación	Determinados (individualiza)	Análisis de contenido
					Indeterminados (Colectiviza)	
				Género del actor social	Personas cisgénero heterosexuales	
					Comunidad	

<b>notas periodísticas de acuerdo a su género</b>					LGTBIQ+		
					No especificado		
					Función		Sujeto
							Vocero
							Especialista
							Experiencia personal
							Testigo
							Opinión popular
							Otros
					Ocupación / cargo		Variado
					Agencia		Sujeto activo
							Sujeto pasivo
Citación textual	Sí						
	No						

**Tabla 3**

*Matriz de variables objetivo 3*

<b>Objetivos</b>	<b>Variable general</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Dimensiones (Variable intermedia)</b>	<b>Categorías</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems (Operación alización)</b>
<b>2. Examinar la distribución por género de las fuentes en los diferentes tipos de notas periodísticas.</b>	Fuentes de información de la noticia	Personas, instituciones, organismos o documentos que proporcionan información a los medios de comunicación acerca de algún acontecimiento.	Perfil de las fuentes	Género de la fuente	Personas cisgénero heterosexuales	Análisis de contenido
					Comunidad LGTBIQ+	
					No especificado	
				Tipo de fuente	Protagonistas o sujetos	
					Institucionales	
					Expertos	
					Testigo	
					Experiencia personal	
					Opinión	



		(Fontcuberta, 1993, p. 58)			Popular	
					Fuentes documentales	
					Otros medios de comunicación	
				Ocupación / cargo	variada	
				Citación textual	Sí	
					No	

## Capítulo IV. Materiales y Métodos

### 4.1. Diseño de la Investigación

Este estudio es una investigación no experimental, ya que “se realiza sin manipular deliberadamente variables” (Hernández, et al., 2014, p. 152). Además, Roberto Hernández Sampieri (2014) la define como “sistemática y empírica”. El autor señala que, en este diseño, la relación entre variables se puede observar de la misma forma en la que se dieron en su contexto, sin la intervención del investigador.

#### 4.1.1. Alcance.

Según el objetivo general de la investigación, el alcance metodológico de la investigación es de tipo exploratorio y descriptivo. Exploratorio en tanto el objeto de estudio —la sección Género del diario La República— es único en un medio no nativo digital en el Perú y, por ende, no ha sido estudiada aún. Incluso si se toma en cuenta los medios nativos digitales, es el segundo que tiene una sección con esa denominación.

Por otro lado, se considera descriptivo, ya que el objetivo es detallar las características del fenómeno al que sometemos a análisis. En este caso, las notas periodísticas publicadas en la sección Género del diario La República.

Hernández, et al. (2014) señalan que las investigaciones con este alcance buscan “especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p. 92). Así, el autor sostiene que este tipo de estudios tienen valor en cuanto muestran con exactitud los atributos de un fenómeno determinado.

#### 4.1.2. Paradigma.

El paradigma que se sigue es el cuantitativo, dado que este “utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico” (Hernández, 2014, p. 4).

Además, Hernández, et al. (2014) señala que este enfoque de investigación tiene un tono impersonal y trata de ser neutro. En esa línea, la recolección de datos y procesamiento de la información debe evitar sesgos que intervengan en los resultados finales.

## **4.2. Población y Muestra**

### ***Población.***

La población elegida para esta investigación corresponde a las 356 notas periodísticas publicadas en la sección Género del diario *La República* edición digital entre febrero y septiembre del 2020.

### ***Muestra.***

Para la muestra de análisis de contenido de tipo cuantitativo, se empleó el muestreo no probabilístico, ya que se siguió criterios del investigador para la elección. En este caso, el criterio de exclusión fueron todas las notas que no tuvieran autoría explícita de la periodista que la redactó. Así, se tomaron las 80 notas publicadas en el periodo febrero-septiembre de 2020 que estaban firmadas por sus autoras, ya que este tipo de notas periodísticas reflejan la posición de las periodistas de la sección, así como la línea del medio, al alojarlas y permitir su publicación.

## **4.3. Procedimientos, Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos**

### ***4.3.1. Procedimientos.***

Primero, se tomó en cuenta la metodología más adecuada para resolver los objetivos. Así, se eligió el análisis de contenido. El segundo paso fue delimitar la población y la muestra de las notas periodísticas publicadas en la sección Género del diario *La República*, de tal forma que fuera factible su realización en el periodo de tiempo asignado. Luego, se identificaron las variables, tanto generales como intermedias, además de las categorías e indicadores que respondieran a los objetivos de la investigación.

Con esa información se diseñó la ficha de codificación, basada también en la guía de codificación de 2020 del Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP). Acto seguido se realizó la validación del instrumento y se modificaron algunos aspectos para que fuese más preciso.

Cada una de las 80 notas periodísticas con autoría publicadas en la sección Género del diario *La República* fueron leídas con detenimiento y codificadas. Se aplicó el instrumento para todos los objetivos a la misma vez. Acabado ello, se cuantificaron los datos obtenidos, se realizó una segunda revisión y se diagramaron los gráficos en Excel

para obtener los porcentajes estadísticos del análisis de contenido. Finalmente, los resultados fueron descritos e interpretados.

#### **4.3.2. Técnicas.**

##### **Análisis de Contenido.**

El análisis del contenido es definido como una técnica que estudia la comunicación “de manera sistemática, objetiva y cuantitativa con el propósito de encontrar variables de medida” (Busquet y Medina, 2017, p. 231). Así, Krippendorff (1990) sostiene que esta herramienta se usa para realizar deducciones replicables y válidas de datos en un mismo contexto.

Por su parte, Bardin (2002) sostiene que más que una técnica o herramienta, el análisis de contenido es un conjunto de las mismas, “caracterizado por una gran disparidad de formas y adaptable a un campo de aplicación muy extenso” (p. 23).

Según este autor (p. 22), las dos principales funciones del análisis de contenido son:

- Función heurística: se refiere a aumentar la probabilidad de que algo sea descubierto. Por ello, el autor lo señala como un análisis “para ver”.
- Función de “administración de la prueba”: esta función considera al análisis de contenido como una vía para validar o invalidar las hipótesis planteadas a través de un análisis sistemático.

Wimmer y Dominick (como se citó en Busquet y Medina, 2017) enumeran algunos ámbitos en los que se puede emplear esta técnica de acuerdo a los objetivos planteados. Entre los que más resaltan se encuentran: descripción del contenido de la comunicación, comprobación de las hipótesis sobre las características del mensaje, comparación del contenido de los medios con el mundo real, evaluación de la imagen de los diferentes grupos minoritarios y como punto de partida de investigación de los efectos de los medios de comunicación.

En cualquier caso, señalan Berganza y Ruiz (2005), a través de esta técnica se aplican sistemáticamente reglas fijadas para medir la frecuencia en que los ítems de interés en la investigación aparecen dentro de un corpus más amplio seleccionado para el estudio (p. 213).

Para realizar este procedimiento, Piñuel y Gaitán (1998) resaltan cuatro aspectos esenciales: seleccionar la comunicación que será estudiada, las categorías a utilizar, las unidades de análisis y el sistema de recuento (p. 283).

En cuanto a la categorización, Busquet y Medina (Ibid) refieren a esta parte como la clasificación de los elementos seleccionados en un proceso de diferenciación. Es decir, una misma unidad de análisis no puede pertenecer a más de una categoría. En esa línea, las categorías deben cumplir con aspectos importantes como exclusión mutua, homogeneidad, pertenencia, claridad y productividad (p. 235).

Los autores mencionan 10 pasos a seguir en el análisis de contenido:

- Plantear la pregunta de investigación e hipótesis.
- Establecer la población a estudiar, que pueda dar respuesta a los objetivos y verificar la hipótesis.
- Seleccionar una muestra representativa de la población.
- Establecer la unidad de análisis del estudio.
- Construir las categorías para el análisis de contenido.
- Definir un sistema de cuantificación.
- Realizar un estudio piloto para validar el instrumento.
- Codificar el contenido en el instrumento a utilizar.
- Analizar la información recopilada.
- Obtener conclusiones.

#### ***4.3.3. Instrumento de Recolección de Datos***

Para el estudio se utilizó una ficha de codificación que tomó como base la elaborada por el Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP) para el análisis de los medios de comunicación en 2020. Esta se modificó y adecuó acorde a los objetivos de la presente investigación: se añadieron y quitaron algunas categorías e indicadores.

La ficha también alojó otros datos básicos del medio a analizar, como nombre y URL del sitio web, fecha y hora tanto de publicación como de actualización de la nota, además de las fechas de acceso.

## Capítulo V. Resultados

### 5.1. Presentación y Análisis de los Resultados

Para el presente estudio se realizó el análisis de contenido de 80 notas periodísticas firmadas entre febrero y septiembre de 2020 por las periodistas de la sección Género del diario *La República*. El fin fue obtener información sobre los temas que se abordan, además del perfil de los actores sociales y fuentes periodísticas que se utilizan en este apartado, ya que es el único medio de comunicación no nativo digital que cuenta con una sección denominada “Género”.

#### 5.1.1. Notas Periodísticas Publicadas

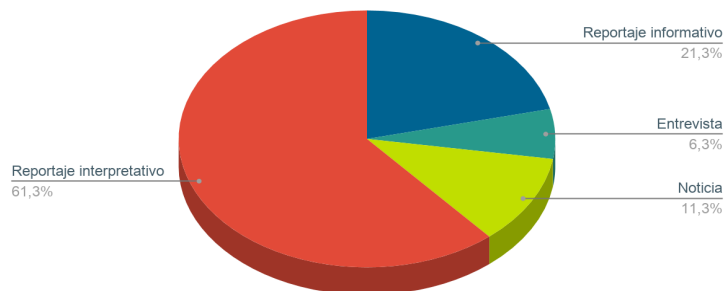
##### a. Género Periodístico.

Se tomó en cuenta los conceptos de Martínez Albertos y Luisa Santamaría, citados por Parratt (2008), donde señalan tres macrogéneros periodísticos: informativo, interpretativo y de opinión. Así, de las 80 notas periodísticas analizadas, 61,3% (49) pertenecen al género interpretativo, mientras que 38,8% (31) son de índole informativo. Ninguno de los textos analizados son de tipo opinativo.

Además de categorizarlos dentro de un macrogénero, se tipificó dentro de qué subgéneros se inscribe cada uno. Los datos obtenidos revelan que el 61,3% (49) corresponde a reportajes interpretativos; 21,3% (17), a reportajes informativos; 11,3% (9), a noticias; y 6,3% (5), a entrevistas. Ninguno de los textos se clasificó como crónica, artículo de opinión, columna de opinión ni editorial.

#### Figura 1

*Géneros periodísticos de las notas periodísticas publicadas*



En suma, la mayoría de notas publicadas en la sección Género pertenecen al género interpretativo. Ninguna es de opinión.

**b. Temas.**

En cuanto los temas que las periodistas abordan, se tomaron en cuenta los seis ejes dispuestos en la guía de codificación del Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP):

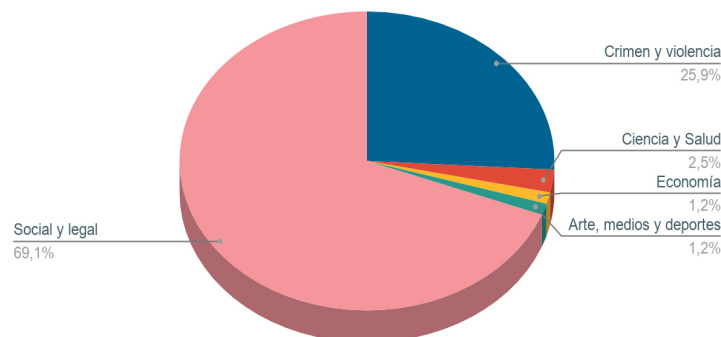
- Política y gobierno
- Economía
- Ciencia y salud
- Social y legal
- Crimen y violencia
- Arte, medios y deportes

De acuerdo a ello, 54 notas periodísticas se circunscriben en el ámbito social y legal, lo que representa un 69,1% del total de textos analizados. Así también, 25,9% (21) son acerca de crimen y violencia, 2,5% (2) de ciencia y salud, solo 1 texto se sitúa en el eje económico y otro tanto en arte, medios, que representan 1,2% cada uno.

Es de resaltar que ninguno de los textos analizados se ha clasificado en el aspecto político y de gobierno como tema principal.

**Figura 2**

*Ejes temáticos de las notas periodísticas publicadas*



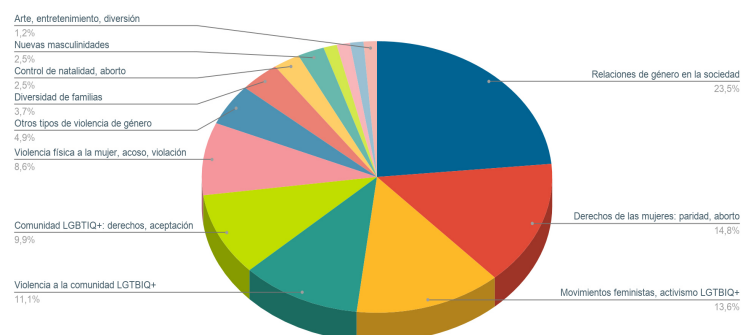
En relación a los temas específicos, los tópicos que más se abordan —con un 23,5% (19 notas periodísticas)— están enfocados en las relaciones de género en la sociedad. Además, 14,8% (12) están relacionados a los derechos de las mujeres, como el aborto legal, accesos a productos de primera necesidad y paridad.

En esa misma línea, 13,6% (11) tratan tópicos de movimientos feministas y activismo LGTBIQ+, 9,9% (9), acerca de derechos y aceptación de la comunidad LGTBIQ+; 4,9% (4), otro tipo de violencia de género; 3,7% (3), diversidad de familias; 2,5% (2), control de natalidad y aborto como tema de salud pública; 2,5% (2), nuevas masculinidades; 1,2% (1), brecha de género; 1,2% (1), religión y cultura; 1,2% (1), racismo; 1,2% (1), arte entretenimiento y diversión.

Cabe resaltar que en algunos textos se abordaron temas complejos que pudieron haber estado inmersos en más de un eje. Sin embargo, para efectos de la investigación, se codificó con el código del enfoque principal sobre el que giraba la información. Solo hubo una excepción, el reportaje titulado “Menstruar en el Perú, un factor de desigualdad que permanece en silencio”. Allí, las periodistas abordan la menstruación como un tema de salud pública y de índole social y legal, dándole igual peso a ambos ejes. Por ello, se codificó doble.

### Figura 3

*Temas que se abordan en las notas periodísticas publicadas*



### c. Coyuntura.

En cuanto a la pregunta de si los textos se publicaban en días en los que se conmemora una fecha relacionada al género como el Día de la Mujer, Día del Padre o de la Madre, Mes



del Orgullo, entre otros, se recogió que 56 notas periodísticas —70% del total de textos analizados— no se publicaron en estas fechas. No obstante, el 30% (24) sí se realizaron entonces.

### 5.1.2. Actores Sociales

#### a. Identificación.

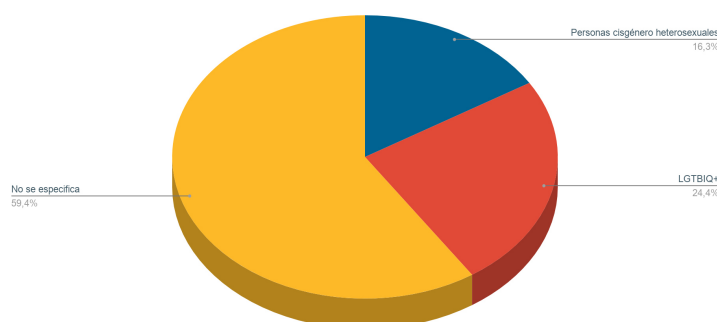
Los actores sociales pueden ser determinados o indeterminados, de acuerdo a Van Leeuwen (1996). Una de las maneras de saberlo, sostiene el autor, es identificando si estos fueron nombrados de manera genérica o específica; es decir, si fueron tomados como actores individuales o colectivos. En las notas periodísticas analizadas, hubo una proporción casi similar; sin embargo, la mayoría de actores sociales —51% (174)— fueron colectivizados. En el resto, 49% (167), se utilizaron términos para distinguirlos como personas individuales.

#### b. Género de los Actores Sociales.

Del total de actores sociales mencionados en las 80 notas analizadas, se recabó que en el 59,4% de los casos no se señala de manera explícita el género del actor social. En los casos en los que sí se menciona, la mayoría (24,4%) pertenece a la comunidad LGTBQ+. Por otro lado, un 16,3% son personas cisgénero heterosexuales; es decir, su identidad de género coincide con su sexo biológico y se sienten atraídos por el sexo opuesto, como sostiene en la Guía sobre temática LGTBI (2018).

### Figura 4

*Género del actor social*



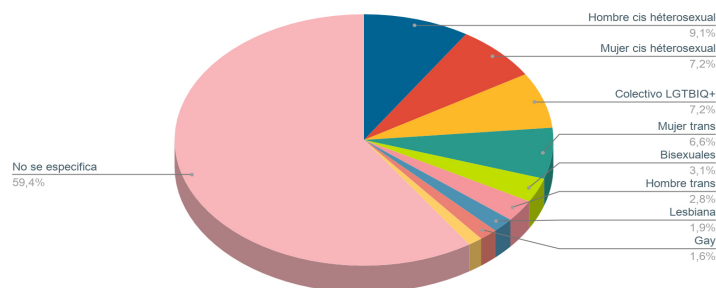
Al ser más específicos en cada categoría, se recogió que 29 personas del grupo de 130 a las que sí se identificó con su género son hombres cisgénero heterosexuales. Además, 23 se reconocen como mujeres cisgénero heterosexuales.

Es decir, al verse en bloque, como la figura 7 muestra, se podría interpretar que existen más actores sociales de la comunidad LGTBQ+ en la sección Género del diario *La República*; sin embargo, los actores allí se encuentran agrupados. Con la separación, al mostrarse las categorías por actores individuales, como se ve en la figura 8, el espectro cambia: los hombres y mujeres cisgénero heterosexuales son quienes más aparecen en las notas analizadas.

Por otro lado, siguen 23 actores sociales que solo fueron identificados por pertenecer al colectivo LGTBQ+, mas no se precisó su género en específico. Así también, las mujeres trans son quienes sobresalen, con 21 féminas que fueron señaladas como tal en la sección Género. Cuentan con menos representación las personas bisexuales (10 actores sociales), hombres trans (9), lesbianas (6), gays (5) y personas de género no binario (4).

### Figura 5

*Género del actor social, figura detallada*



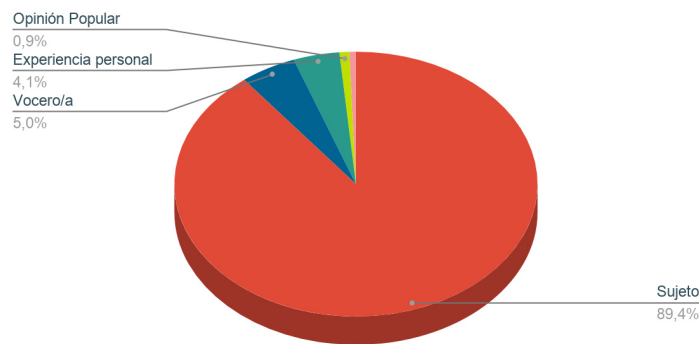
### c. Función.

Los roles que cumplen los actores sociales son mayoritariamente como sujetos o protagonistas de la nota periodística. Este apartado constituye el 89,4% del total, con 305 de 341 actores sociales que se codificaron en esta categoría.

Luego, se identificaron 17 actores sociales que cumplían la función de voceros, 14 contaban el suceso desde la experiencia personal, 3 desde el rol de opinión popular y 2 como testigos.

### Figura 6

*Función del actor social*



#### d. Ocupación / Cargo del Actor Social.

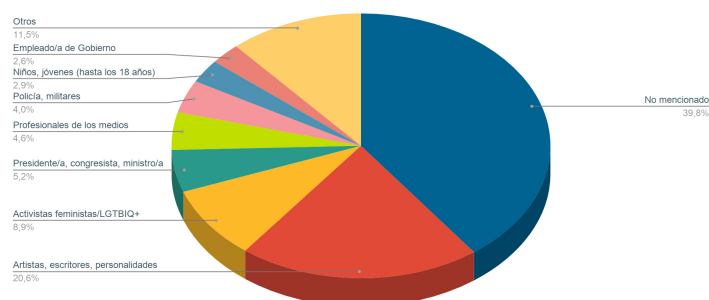
En el caso de las ocupaciones, también se siguió lo estipulado en la guía de monitoreo del GMMP. Así, se refleja que el cargo no es mencionado en el 39,8% (139) del total de los actores sociales.

Por otro lado, el 20,6% (72) se identificaron como artistas, escritores o personalidades de la radio y tv. Así también, 8,9% (31) del total son activistas feministas o activistas de la comunidad LGTBIQ+; 5,2%, presidente/a, congresista o ministro/a. El 4,6% de los actores se clasificaron como profesionales de los medios o comunicadores; el 4%, policías o militares; 2,9% niños o jóvenes hasta los 18 años; 2,6%, empleados/as de Gobierno.

En “otros” se agruparon los indicadores menores a 2%. En este se encuentran los actores sociales identificados como abogados, jueces y fiscales (5), deportistas (5), especialistas académicos y docentes (4), estudiantes (4), padres (4), empleados/as de fábricas (4), psicólogos/as (3), personas de negocios, ejecutivos (2), trabajadores de oficinas o servicios (2), personal médico especializado (2), personas desempleadas (2), trabajadores/as sexuales (1), ingeniero/a y técnicos/as (1), profesionales de ciencias sociales, letras y humanidades (1).

**Figura 7**

*Ocupación o cargo del actor social*



#### **e. Agencia.**

Los actores sociales no necesariamente son activos o pasivos durante todo el texto, ya que en ocasiones pueden ser quienes actúan y otras los que reciben la acción. Por ello, se codificó la agencia que predominaba en el texto. Así, del total de 341 actores sociales identificados en las 80 notas periodísticas analizadas, 230 —que representa el 67,4% del total— son sujetos activos, mientras que 111 —el 32,6%— son sujetos pasivos.

#### **f. Cita al Actor Social.**

Citar significa dar voz a los actores sociales de las notas periodísticas, señala Fontcuberta (1993). En ese sentido, es de interés conocer a quiénes se les otorga espacio para expresarse y cómo se da esta atribución. Del total de actores sociales, el 66% (225) no fueron citados textualmente, mientras al otro 34% (116) sí se les otorgó voz a través de las citas directas.

### **5.1.3. Fuentes Periodísticas**

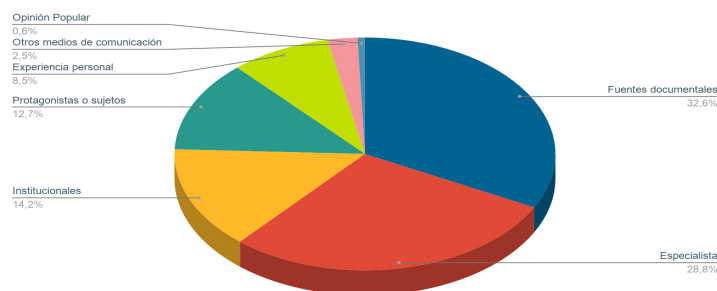
#### **a. Tipo de Fuente Periodística.**

Luego de la adecuación de las clasificaciones de Lopez, Camps y Pazos (como se citó en Ruiz y Albertini, 2008), tipificamos los tipos de fuentes observadas en el presente estudio. Del total (316), el 32,6% (103) son fuentes documentales. Luego, siguen las fuentes especialistas o expertos, con un 28,8% (91). Las fuentes oficiales suman un 14,2% (45), las fuentes que fueron a la vez protagonistas o sujetos fueron codificadas en un 12,7% (40); las que fueron tomadas en cuenta debido a una experiencia personal que aportaba al texto, 8,5% (27).

En un porcentaje menor —2,5% (8)— se consultaron a otros medios de comunicación como fuente, y las opiniones populares o sondeos fueron casi nulas: 0,6% (2).

### **Figura 8**

*Tipo de fuentes periodísticas*



### b. Fuentes Propias.

En cuanto a las fuentes propias, se obtuvo que estas fueron el 50,6% (160) del total de fuentes consultadas en las 80 notas periodísticas que comprende la investigación.

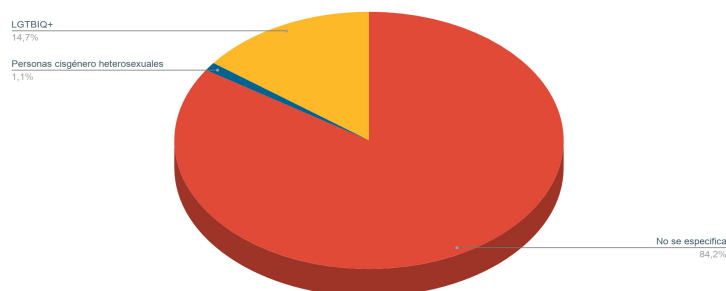
### c. Género.

Aquí, se restó del total (316), el número de fuentes documentales y algunas fuentes institucionales que, al no ser representadas como seres humanos, carecen de género.

Así, se obtuvo que, al igual que el género de los actores sociales, en el caso de las fuentes periodísticas no se especifica cuál es el género la mayoría de las veces: 84,2% (160). Sí se señaló explícitamente el género en el 15,8% (30), compuesto por un 14,7% (28) de fuentes que pertenecen a la comunidad LGTBIQ+ y un ínfimo 1,1% (2) de personas cisgénero heterosexuales.

## Figura 9

*Género de las fuentes periodísticas*



Al momento de especificar las categorías, se identificó que el 4,2% (8) de las fuentes, son identificadas como parte del colectivo LGTBIQ+, pero no se especifica su identidad de género ni su orientación sexual. Con ese mismo número se distinguen las

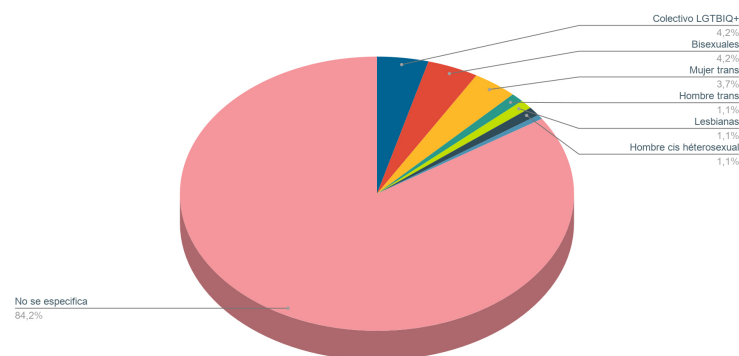
fuentes periodísticas bisexuales. Luego siguen las mujeres trans con un 3,7% (7); hombres trans, 1,1% (2); lesbianas, 1,1% (2); hombres cisgénero heterosexuales, 1,1% (2) y, por último, los gays con un 0,5% (1).

Solo en casos específicos se codificó doble, como cuando se trataba de personas trans homosexuales o bisexuales.

Entonces, dentro de la comunidad LGTBIQ+, las fuentes a las que más se identificó el género fueron a las personas bisexuales, seguidas de las mujeres trans. Asimismo, el menor porcentaje de fuentes identificadas explícitamente por su género fueron los hombres homosexuales.

### Figura 10

*Género de la fuente periodística, figura detallada*



#### d. Ocupación / Cargo de la Fuente Periodística

Para este indicador sí se consideraron todas las ocupaciones o cargos adjudicados a la fuente periodística. Por ejemplo, si se trataba de una abogada activista, se codificó tanto como abogada y como activista.

En ese sentido, la mayoría de las ocupaciones de las fuentes fueron en un 32,7% (81) activistas feministas o activistas LGTBIQ+. Luego, se codificaron 12,5% de fuentes que son psicólogas/os (31), seguidas muy de cerca del 12,1% de fuentes consultadas cuya ocupación es artista, actores/actrices, escritores/as y personalidades de la radio o tv.

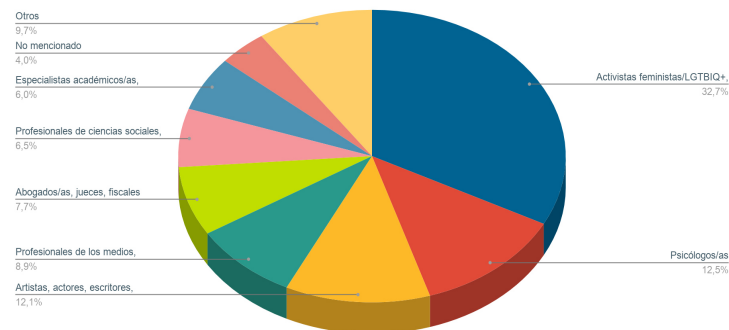
Por otro lado, están las/os abogadas/os con un 7,7% (19); profesionales de los medios consultados como fuentes suman 8,9% (16) del total de fuentes consultadas; especialistas académicos o docentes, un 6% (15).

A diferencia de lo ocurrido con los actores sociales (véase figura 10), el porcentaje de fuentes a las que no se mencionó su ocupación o cargo es solo 4%; es decir, 10 fuentes periodísticas de las 248 en total.

Asimismo, cabe detallar que se agrupó en “otros” a las ocupaciones o cargos de las fuentes que se repitieron menos de 10 veces: empleadas/os de Gobierno (7), personal médico especializado (4), presidente/a, congresista, ministro/a (3), estudiante (3), empleada/o de fábrica (2), ingenieras/os, técnicos (1), personas de negocios, ejecutivos/as (1), trabajadores de oficina (1), deportistas (1), padres, madres (1).

### Figura 11

*Ocupación / cargo de la fuente periodística*



#### e. Cita a la Fuente Periodística.

Las periodistas de la sección Género citaron textualmente al 59,8% (189) de las fuentes periodísticas. Las declaraciones del otro 40,2% (127) no fueron citadas de manera directa. En este ítem se tomaron en cuenta todos los tipos de fuentes usados.

## Conclusiones y Recomendaciones

La implementación de una sección denominada Género en un medio no nativo digital como *La República* trae distintas interrogantes, debido a que es una cuestión inédita en el Perú. Más aún porque en septiembre de 2020 este diario incorporó a la primera editora de género en el país, Lucia Solis, quien antes fue redactora en esta sección.

Ante las preguntas de investigación e hipótesis planteadas y tras el análisis de contenido realizado, se llegó a las siguientes conclusiones:

1. En su mayoría, las notas periodísticas publicadas en la sección Género abarcan a profundidad los temas a través de reportajes interpretativos, que requieren mayor análisis de la información y contextualización, como Pastora Moreno (2000) afirma. Además, los temas que abordan en mayor proporción cuestionan las relaciones de género en la sociedad, estereotipos y machismo más allá de coyunturas específicas establecidas en las que se conmemora días relativos al género. Es decir, se discuten desde una perspectiva de género (Bernárdez, 2015; Butler, 2001, 2006) que cuestiona la visión androcentrista, sexista y heteronormativa tradicional que se tiene del mundo.
2. Un detalle peculiar es que a pesar de que la sección se denomina “Género”, en el 59,4% de los casos no se hace mención explícita al género de los actores sociales. Además, en el 84,2% no se señala los géneros en las fuentes. Por mención explícita se refiere a ir más allá de un pronombre personal “él, ella” y dar la denominación de, por ejemplo, persona no binaria o que en el texto haya términos que refieran a ello. Ya Bernárdez (2015) advertía que muchas veces los periodistas “se olvidan” de la variable género en sus textos. Esto ocasiona que se esté dando una versión inexacta de la realidad, al subrepresentar a comunidades históricamente relegadas que no se ajustan al binarismo de femenino o masculino que se suele utilizar en los pronombres o géneros gramaticales, además de no dar a conocer en su variedad y



complejidad a las identidades de género diversas de los actores sociales y fuentes expertas.

3. Cuando sí se explicita el género, la comunidad LGTBIQ+ es la más representada como colectivo de actores sociales (24,4%), lo que permite su desexotización como sujetos y, en consecuencia, su reivindicación (Butler, 2006). Sin embargo, al separar por letras cada sujeto parte de la comunidad, se les sigue subrepresentando en comparación a las personas cisgénero heterosexuales. Por lo que el trabajo de visibilización aún debe continuar por este camino.
4. A pesar de que la mayoría de actores sociales son protagonistas (89,4%) de las notas periodísticas y su agencia es activa (67,4%), no son citados textualmente en el 66% de los casos. Es decir, se habla acerca de ellos/ellas/elles, pero no con ellos/ellas/elles para consultarles acerca de los temas en los que se ven directamente comprometidos. Así, se vislumbra a quiénes se les da voz y legitimidad y a quienes se deja fuera.
5. A diferencia del caso de los actores sociales, las fuentes a las que las periodistas consultaron son citadas textualmente en el 59,8%. Aquí se refuta la hipótesis en la que se planteaba que las fuentes consultadas eran en su mayoría mujeres, ya que, al igual que en el caso de la tematización, se sale de la visión androcentrista y, en este caso, también de la heterosexualidad normativa: en su vasta mayoría, las fuentes a las que se explicitó el género son parte de la comunidad LGTBIQ+ (solo 1 fuente consultada fue hombre cisgénero heterosexual). No obstante, dado que el porcentaje de fuentes a las que no se explicitó su género es sumamente alto (84,2%), cabe preguntarse si el no nombrar el género implica que se considere que las fuentes consultadas se encuentran dentro del binarismo heteronormativo

hombre/mujer y, por ende, un pronombre o género gramatical baste para representar su género.

6. En cuanto a ocupación o cargo, destaca que el 32,7% de las fuentes que sean activistas feministas o activistas LGTBIQ+. Se privilegia su voz debido a que los objetivos de reivindicación social de estos movimientos concuerdan con los temas que se bordan principalmente en la sección. Así, existe coherencia al aplicar el enfoque de género.

### **Recomendaciones**

1. Debido a que los temas que se abarcan en la sección son en su mayoría de índole social y legal, la perspectiva o enfoque de género que se aplica en la sección Género del diario *La República* debería de ser un aspecto transversal en las demás secciones del diario. Además, como señala Bernárdez (2015), este enfoque no se debe encasillar en temas o secciones específicas, sino representar a mujeres y hombres cisgénero heterosexuales, además de comunidad LGTBIQ+ de manera pluralista y adecuada en cualquier ámbito.
2. Es aconsejable evitar evidenciar el género solo por pronombres él/ella o géneros gramaticales, ya que a través de ello se sigue perpetuando la heterogeneidad normativa. En su lugar, se recomienda colocar de manera explícita el género tanto de los actores sociales como de las fuentes. De esta manera se diversifica el binarismo masculino/femenino que existe en la mayoría de notas periodísticas y que se sigue perpetuando en los imaginarios colectivos de los lectores.
3. Dar voz es importante, pero también la manera en la que lo hacemos. En ese sentido, las citas textuales o directas pueden aportar para hablar con los actores sociales más que solo hablar acerca de ellos/ellas/elles.

## Referencias bibliográficas

- Acosta, R. (2018). *Noticias y género: Representaciones de transexuales y transgéneros en plataformas digitales de diarios peruanos durante el 2017 y 2018*. [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. <https://doi.org/10.19083/tesis/625503>
- Apolaya, J., Delta, G. y Arguedas, D. (2018). *Guía sobre temática LGBTI para periodistas y medios de comunicación*. Promsex. <https://promsex.org/wp-content/uploads/2018/08/GuiaLGBTPeriodistas.pdf>
- Atienza, C. (2015). Aproximación conceptual a la orientación sexual e identidad de género: estrategias político-jurídicas para la reivindicación de derechos del colectivo de LGBT. *Aportaciones a la investigación sobre mujeres y género: V Congreso Universitario Internacional Investigación y Género: Sevilla, 3 y 4 de julio de 2014*, 1231-1248.
- Bardin, L. (2002). *El análisis de contenido*. (3ª ed.). Ediciones Akal.
- Berganza, R., Ruiz, J. (Coords.). (2005). *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación*. Mc Graw Hill.
- Bernárdez, A. (2015). *Mujeres en Medio(s): propuestas para analizar la comunicación masiva con perspectiva de género*. Editorial fundamentos.
- Busquet, J., Medina, A. (Coords.). (2017). *La investigación en comunicación, ¿qué debemos saber?, ¿qué pasos debemos seguir?* Editorial UOC.
- Butler, J. (2001). *El género en disputa: el feminismo y la subversión de la identidad*. Paidós.
- Butler, J. (2006). *Deshacer el género*. Paidós
- Capuzza, J. (2016). Improvements still needed for transgender coverage. *Newspaper Research Journal*, 37(1), 82-94. <https://doi.org/10.1177/0739532916634642>
- Christensen, C., Skok, D. y Allworth, J. (2012). Breaking News. Mastering the art of disruptive innovation in journalism. *Nieman Reports*, 66(3), 6-16. <https://niemanreports.org/wp-content/uploads/2014/03/Fall2012.pdf>
- Comisión Internacional de Juristas. (2007). *Principios de Yogyakarta : Principios sobre la aplicación de la legislación internacional de derechos humanos en relación con la orientación sexual y la identidad de género*. <https://www.refworld.org/es/docid/48244e9f2.html>
- Cobo, S. (2012). *Periodismo digital*. Universitat Oberta de Catalunya.
- Fernández, N. (2003). *La violencia sexual y su representación en la prensa*. Anthropos.
- Ferrari, V. (agosto 2020). *Lucia Solis: “Es un trabajo a largo plazo para desaprender prácticas normalizadas”*. Mano Alzada. <https://manoalzada.pe/feminismos/lucia-solis-es-un-trabajo-a-largo-plazo-para-desaprender-practicas-normalizadas>.

- Fontcuberta, M. (1993). *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. Paidós.
- Foro Económico Mundial (2019) Informe mundial sobre la brecha de género 2020. [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GGGR\\_2020.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2020.pdf)
- Gaitán, J. y Piñuel, J. (1998). *Técnicas de investigación en Comunicación Social. Elaboración y registro de datos*. Editorial Síntesis.
- García, L. (2011). *Conflicto sexo-género: el concepto de alteridad en la minoría gitana*. [Tesis de Maestría, Universidad de Salamanca]. <https://gredos.usal.es/handle/10366/100301>
- Gargurevich, J. (1982). *Géneros periodísticos*. CIESPAL.
- Gargurevich, J. (1991). *Historia de la prensa peruana 1594-1990*. La Voz.
- Guerrero, S. y Muller, V. (2012). Una aproximación a las valoraciones en torno a la discriminación de género en tres medios de la prensa chilena. *Boletín de filología*, 47(2), 71-99. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-93032012000200003>
- Goldstein, J. (2001). *War and Gender*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hernández, N. (2012). Lengua y Periodismo. En De los Heros, S. y Niño-Murcia, M. (Ed.), *Fundamentos y modelos del estudio pragmático y sociopragmático del español*. (pp. 333, 354). Washington: Georgetown University Press.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2018). Primera Encuesta Virtual para Personas LGBTI. <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/lgbti.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2019). Perú: “Brechas de Género, 2019: Avances hacia la igualdad de mujeres y hombres”. [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1716/Libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1716/Libro.pdf)
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Paidós Comunicación.
- McInroy, L. y Craig, S. (2015) Representación transgénero en medios en línea y fuera de línea: Perspectivas de la juventud LGBTQ, *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 25(6), 606-617, <https://doi.org/10.1080/10911359.2014.995392>
- Mejía, C. (2012). Géneros y estilos de redacción en la prensa. Desarrollo y variantes taxonómicas. *Correspondencias & Análisis*. (2), 201-217.
- Méndez, A. (2007). *Metodologías y técnicas de investigación aplicadas a la comunicación* [Archivo Word]. <https://drive.google.com/file/d/12PFqTz5RVqnT4VJvHsOUx6Pz78ri-Iyg/view>
- Mitchelstein, E., Andelsman, V., y Boczkowski, P. (2019) Joanne Public vs. Joe Public: News Sourcing and Gender Imbalance on Argentine Digital Media. *Digital Journalism*, 7(10), 1311-1327. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1680301>

- Moreno, P. (2000). Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional. *Ámbitos*, (5), 169-190. <https://idus.us.es/handle/11441/12708>
- Niemi, M., y Pitkänen, V. (2016). Gendered use of experts in the media: Analysis of the gender gap in Finnish news journalism. *Public Understanding of Science*. <https://doi.org/10.1177/0963662515621470>
- Organización Mundial de la Salud. (2018). *Género y salud*. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/gender>
- Patiño, M., Hervás-Moreno, M., y Goldáraz, E. (2016). Estereotipos de Género Análisis comparado elpais.com (España) y emol.com (Chile). *F@ro: Revista Teórica Del Departamento de Ciencias de La Comunicación y de La Información*, 1(23), 72–92. <https://www.revistafaro.cl/index.php/Faro/article/view/460>
- Parratt, S. (2008). *Géneros periodísticos en prensa*. Editorial Quipus, CIESPAL.
- Pineda, A. (2018). *Monitoreo y análisis de medios con enfoque en diversidad sexual y de género. Percepción de la comunidad LGBTI en la prensa de Iquitos*. Promsex. <https://promsex.org/wp-content/uploads/2018/06/Monitoreo-y-an%C3%A1lisis-de-medios-en-Iquitos.pdf>
- Reyes, A. (2015). *Un medio en el papel, otro medio en la web: análisis de casos El Comercio y La República*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Jesuita Antonio Ruiz de Montoya]. <http://repositorio.uarm.edu.pe/handle/UNIARM/13>
- Ringo, P. (2002). Media roles in female-to-male transsexual and transgender identity formation. *International Journal of Transgenderism*, 6(3). [https://cdn.atria.nl/eazines/web/IJT/97-03/numbers/symposion/ijtvo06no03\\_01.htm](https://cdn.atria.nl/eazines/web/IJT/97-03/numbers/symposion/ijtvo06no03_01.htm)
- Romero, G. y Pates, G. (2017). Descontextualización, espectacularización y machismo en las narrativas mediáticas sobre violencia hacia las mujeres en Argentina. ¿Con la visibilización alcanza? *Anagramas -Rumbos y sentidos de la comunicación*, 16 (31). <https://doi.org/10.22395/angr.v16n31a2>
- Ross, K., y Carter C. (2011) Women and News: A Long and Winding Road. *Media, Culture & Society* 33 (8), 1148–1165. <https://doi.org/10.1177/0163443711418272>
- Ross, K., Boyle, K., Carter, C. y Ging, D. (2018). Women, Men and News, It's life, Jim, but not as we know it. *Journalism Studies*, 19(6), 824-845. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1222884>
- Ruiz, A. y Albertini, E. (2008). Fuentes periodísticas: concepto, clasificación y modos de uso. *Tram[p]as de la Comunicación y la Cultura*, (60), 14-25. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/36422>
- Ruoho, I. y Torkkola, S. (2018). Journalism and Gender. Toward a Multidimensional Approach. *Nordicom Review*, 39 (1), 67-69. <https://doi.org/10.2478/nor-2018-0002>
- Stempel, G. y Westley, B. (eds.). (1989). *Research Methods in Mass Communication*, NJ: Prentice Hall, Englewood Cliffs.

- Van Leeuwen, T. (1996). The representation of social actors. En: C. Caldas-Coulthard y M. Coulthard (Ed.), *Texts and Practices. Readings in Critical Discourse Analysis* (pp. 32-70). Londres: Routledge.
- Salaverría, R. y Negredo, S. (2008). *Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Editorial Sol 90.
- Salaverría, R. (2019a). Digital journalism: 25 years of research. Review article. *El profesional de la información*, 28 (1), e280101. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>
- Salaverría, R. (2019b). Digital Journalism. En T.P. Vos, F. Hanusch, D. Dimitrakopoulou, M. Geertsema-Sligh y A. Sehl (Eds.). *The International Encyclopedia of Journalism Studies*. <https://doi.org/10.1002/9781118841570.iejs0189>
- Thorndike, G. (16 de noviembre de 1981). En busca de una República superior. *La República*
- Who Makes the News. (s.f.). *Guías de metodología de monitoreo y herramientas de codificación*. <https://whomakesthenews.org/monitoring-methodology-guides-and-coding-tools/>
- Yezers'ka, L. y Zeta de Pozo, R. (2016). Ciberperiodismo en el Perú. En Salaverría (Ed.), *Ciberperiodismo en Iberoamérica*, (pp. 307-328), Fundación Telefónica y Editorial Ariel.

## Anexos

### Anexo A. Ficha de Análisis

#### Tabla A1

##### *Ficha de codificación objetivo 1*

Información general				Notas publicadas		
Titular y URL	Fecha de publicación DD/MM/AA	Última fecha de actualización	Fecha y hora de acceso	Género periodístico	Temas	¿Se instaura en la coyuntura de fechas relacionadas al género?

#### Tabla A2

##### *Ficha de codificación objetivo 2*

Información general				Actores sociales						
Titular y URL	Fecha de publicación DD/MM/AA	Última fecha de actualización	Fecha y hora de acceso	Identificación	Género	Función en la noticia	Ocupación / cargo	Agencia	Citación textual	Comentarios

#### Tabla A3

##### *Ficha de codificación objetivo 3*

Información general				Fuentes					
Titular y URL	Fecha de publicación DD/MM/AA	Última fecha de actualización	Fecha y hora de acceso	Tipo de fuente	¿Fuente propia?	Género	Ocupación / cargo	Citación textual	Comentarios