

COMUNICAR

FCC

REVISTA DE DIVULGACIÓN CIENTÍFICA
E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA, FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, UANL

NÚMERO 1
DIC. 2018 -
FEB. 2019
MX: \$50.00

CONDICIONES EDUCATIVAS

EN EL CERESO DE APODACA

REPRESENTACIÓN DE LA POBREZA

EN EL CÓMIC MEXICANO

BRANDING PERSONAL
Y TOMA DE DECISIONES

RADIO UNI 89.7:
CONSUMO UNIVERSITARIO

EL PROFESOR DIGITAL
COMO *INFLUENCER* ACADÉMICO

ACCIONES

CAJA DE RESONANCIA

NUEVAS FORMAS PARA ABORDAR EL CONOCIMIENTO
MARÍA DEL ROBLE OBANDO RODRÍGUEZ

MUJERES Y PERIODISMO
ALMA ELENA GUTIÉRREZ LEYTON

PERIODISMO E INVESTIGACIÓN
MARGARITO CUÉLLAR

EDITORIAL
FRANCISCO GERARDO
VALDEZ RINCÓN

ARTÍCULOS DE INVESTIGACIÓN
NOTICIAS SOBRE FEMINICIDIOS
EN LA TELEVISIÓN REGIMONTEANA
SERGIO MANUEL DE LA FUENTE VALDEZ, YOLANDA LÓPEZ LARA
Y HÉCTOR ALVARADO LOBOSERAS

LOS MEMES COMO CRÍTICA
A LA FIGURA PRESIDENCIAL

MARIA TERESA CERONASTIS LOBOS

TRATAMIENTO INFORMATIVO DE LA PERSPECTIVA
DE LA MUJER EN LA PRENSA ESCRITA Y DIGITAL

JASSET GARCÍA GONZÁLEZ,
NORMA LETICIA SEPANA SÁNCHEZ
Y ESTERIAS PICAZZO PACHECO

YO SOY EL CORRIDO, VOZ DEL PUEBLO

ABACELL FRANCISCA JIMÉNEZ SANCHEZ

REPRESENTACIÓN DE LA POBREZA
EN EL CÓMIC MEXICANO

ALMA ELENA GUTIÉRREZ LEYTON,
REYNA VERÓNICA SEPANA ALFONSO
Y BERTHA ALICIA RAMÍREZ SALAS

LIDERAZGO EN LA EDUCACIÓN PARA RESPONDER

ESCENARIOS DISRUPTIVOS
YOLANDA RUIZ MARTÍNEZ

LA REINSECCIÓN SOCIAL: CONDICIONES EDUCATIVAS
EN EL CERESO DE APODACA

PATRICIA LILIANA CERDA PEREZ Y ESMA CERDA PEREZ

MOTIVACIONES Y HABITOS DE CONSUMO DE LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA
RESPECTO A RADIO UNI 89.7

FRANCISCO GERARDO VALDEZ RINCÓN Y VERÓNICA GUARDADO DEL BOSQUE

EL PROFESOR DIGITAL
COMO INFLUENCIER ACADEMICO

JOSÉ DANIEL RUIZ-SEPULVEDA,
ANA MARIA DEL CARMEN MÁRQUEZ-RODRÍGUEZ
Y CYNTHIA DANIELA ÁLVAREZ AMEZCUA

ESTEREOTIPOS VS REALIDAD: UNA MIRADA AL
BRANDING PERSONAL Y SU IMPACTO EN LA
PERCEPCIÓN Y TOMA DE DECISIONES EMPRESARIALES

SELENE CÉSPEDES DEL FIERRO,
ARTURO GONZÁLEZ LÓPEZ,
SALVADOR GUARDADO TREVIÑO
Y MA. DE JESÚS AGUILAR HERRERA

CONTENIDO

TRATAMIENTO INFORMATIVO DE LA PERSPECTIVA DE LA MUJER EN LA PRENSA ESCRITA Y DIGITAL

Janet García González
Norma Leticia Serina Sosa
Esteban Picazzo Pizarro

RESUMEN

Análisis del tratamiento informativo sobre la perspectiva de la mujer en la prensa escrita con la finalidad de describir el manejo de la información para determinar su contribución a la formación de actitudes y percepciones sobre la mujer y su discurso. Metodología: análisis de contenido cuantitativo de 723 notas publicadas por la prensa escrita y digital de México. Resultados: el 27% de las notas estudiadas en el 2012, manejan implícita o explícitamente el tema violencia, lo que reafirma la urgencia de promover la igualdad, respeto y seguridad a la mujer en el ámbito social.

Palabras clave: Mujer, prensa escrita, prensa digital, análisis de contenido.

ABSTRACT

Analysis of the information treatment on the perspective of women in the written press in order to describe the handling of information to determine its contribution to the formation of attitudes and perceptions about women and their discourse. Methodology: quantitative analysis of 723 notes published by the written and digital press of Mexico. Results: 27% of the notes studied in 2012 or explicitly handle violence, which reaffirms the urgency of promoting equality, respect and security to women in the social sphere.

Keywords: Woman, written digital press, content analysis



INTRODUCCIÓN

Desde el inicio de la modernidad, la sociedad asignó al sistema de medios de comunicación de masas (SMCM) la misión de construir una imagen de sí misma, constituyéndolo así en un sistema de observación de segundo orden (Savage, 2010); de esta forma, cotidianamente, los medios y redes de información nos dicen lo que somos y nos interpretan, nos constituyen desde la adhesión o el rechazo que, en variados grados y modos, estos mismos suscitan (Mata, 2007). De acuerdo con Masterman (2010), los medios son importantes moldeadores de nuestras percepciones e ideas, son Empresas de Contenciación que no solo proporcionan información acerca del mundo, sino maneras de verlo y entenderlo.

Uno de los reflejos de nuestra sociedad es la problemática de género respecto a la información y dirección que se le da desde los medios masivos de comunicación a las notas relacionadas con la mujer, ya que dentro de esta perspectiva de género, la violencia contra las mujeres es, en la actualidad, un tema de preocupación social en el que los medios de comunicación han volcado una gran atención y

generan directa e indirectamente, percepciones orientadas y activadas en los receptores de sus mensajes. Esta visibilidad se ve condicionada, en parte, por la propia estructura social, pero también en responsabilidad de las redacciones de prensa y del modo en que mantienen unas rutinas informativas que no parecen dar cabida a otras fuentes alternativas.

En el reconocimiento público de la existencia de un problema social, en concreto con relación a la violencia familiar y contra la mujer, cabe considerar no solo la importancia de promover un mayor conocimiento y cambios en la legislación vigente en el papel de los medios de comunicación masiva, sino, tal y como exponen Bosh y Ferrer (2001), también un nuevo modo de analizar sus causas y apostar por la generación de medidas que no solo sean aplicables cuando sea demasiado tarde.

La prevención y el tratamiento con mayor profundidad de las causas y consecuencias de la violencia en las mujeres son elementos básicos para la renovación de un discurso sobre el tema y la difusión de información que realmente cuestione la estructura social y cultural que, efectivamente, da sentido a la violencia en la sociedad moderna.