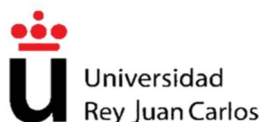


III Congreso Internacional Afammer

Sección Científica

Mujer y Medio Rural

3 de febrero de 2023, Convento de San Pedro Mártir
Calle Alfonso XII, 2. Toledo (España)



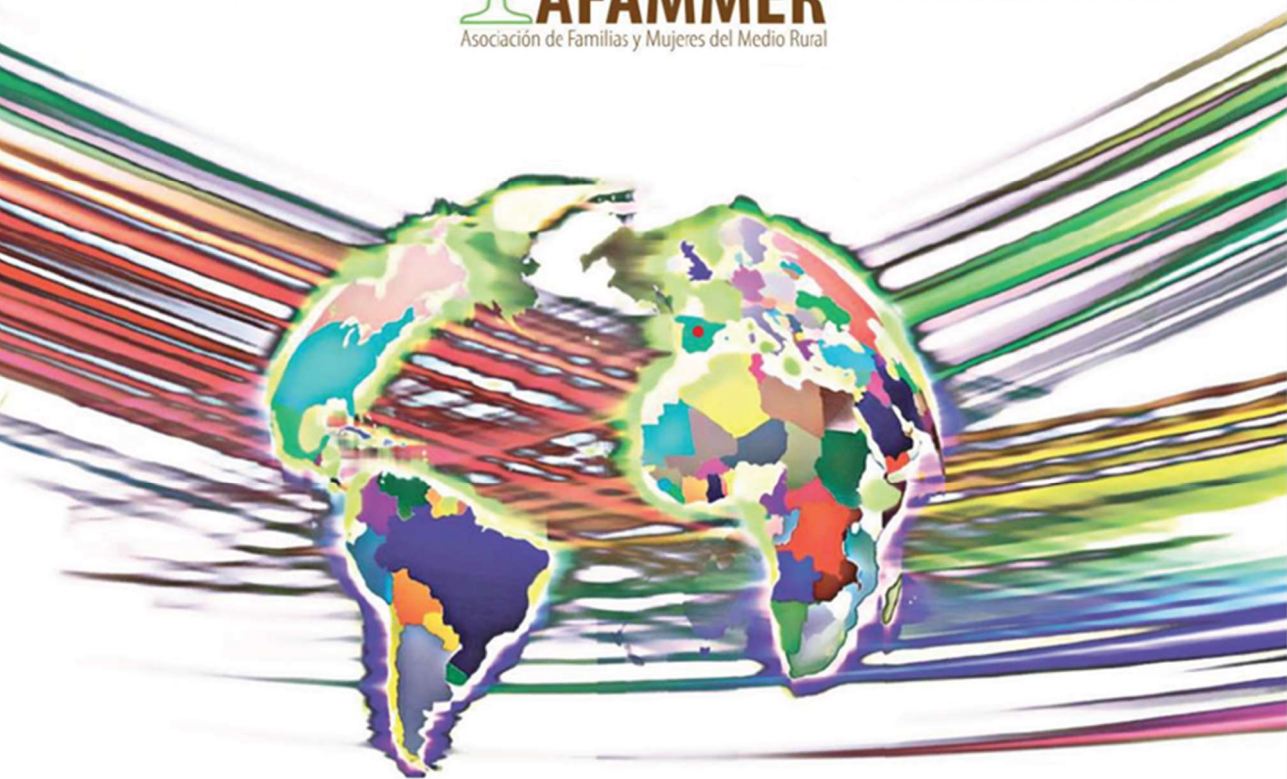
Universidad
Rey Juan Carlos



AFAMMER
Asociación de Familias y Mujeres del Medio Rural



Universidad de
Castilla-La Mancha
CAMPUS DE EXCELENCIA INTERNACIONAL



Colaboradores



ASOCIACIÓN RED TRANSVERSAL DE
ESTUDIOS DE GÉNERO EN
CIENCIAS HUMANAS, SOCIALES Y JURÍDICAS



Colegio de
Economistas
de Madrid



European Council for Small Business and Entrepreneurship

Cátedra AgroBank
Mujer, empresa y mundo rural



CaixaBank



@UCLM

5.2. IMAGINARIOS SOBRE LAS MUJERES EN EL MEDIO RURAL: REPRESENTACIONES PERIODÍSTICAS Y VOCES EXPERTAS.

Vanesa Saiz Echezarreta

Universidad de Castilla-La Mancha. Email: vanesa.saiz@uclm.es

Belén Galletero Campos

Universidad de Castilla-La Mancha. Email: belen.galletero@uclm.es

Iván Navarro

Universidad Complutense de Madrid. Email: ivnavarr@ucm.es

5.2.1. Introducción:

Es muy reciente el interés por el análisis de los discursos mediáticos, en especial las coberturas periodísticas, en torno a la cuestión de la despoblación. No se encuentra aún un acervo de investigaciones en esta área (Sanz, 2016; Saiz et al., 2022). En la misma línea, en España no existen apenas trabajos que hayan abordado el modo de representación de las mujeres del medio rural en el periodismo actual.

Las políticas públicas más recientes sobre este reto demográfico han implementado transversalmente el enfoque de género como parte de las estrategias de acción para resolver la desigualdad derivada de la falta de cohesión social y territorial. La hipótesis de este trabajo es que en el ámbito comunicativo la incorporación de la perspectiva de género en las noticias sobre despoblación es todavía incipiente y cabe un amplio margen de mejora al respecto. Partimos de la idea de que la despoblación no constituye sólo un proceso demográfico y geográfico (Collantes y Pinilla, 2019), sino socio-cultural y político (Moyano, 2022), que implica ineludiblemente la dimensión comunicativa, en la que los medios informativos son consustanciales en la conformación y funcionamiento de las instituciones y las prácticas sociales. De ahí que sea necesario explorar cómo se está traduciendo la cuestión de género como parte de los marcos de sentido desde los que se encuadra el contenido informativo sobre las zonas escasamente pobladas. Se debe reflexionar acerca de la visibilidad de las mujeres como agentes económicos, socio-políticos y culturales, de sus asociaciones y colectivos en cuanto actores relevantes en la lucha por la igualdad, así como sobre los problemas estructurales vinculados a las relaciones de género.

En el proyecto “Reto demográfico, discursos públicos y enfoque de género: ¿pueden los medios cuadrar la ecuación?”, financiado por el Instituto de la Mujer de Castilla-La Mancha, llevamos a cabo una reflexión acerca de la representación de las mujeres y sus organizaciones, la mirada de género y la presencia de planteamientos feministas en el debate sobre despoblación. Esto se estudia a través del análisis de textos periodísticos y de la opinión de personas especialistas que generan discursos en torno a este problema público.

5.2.2. *Objetivos y metodología:*

El objetivo general es aproximarnos a la visibilidad y a los modos de representación en el espacio público de las mujeres que habitan en el medio rural y de sus organizaciones. Los objetivos específicos son:

- Cuantificar la presencia de mujeres y de asociaciones de mujeres del medio rural en la cobertura periodística sobre despoblación durante la década 2012-2022. Para ello recopilamos una muestra de análisis utilizando la base de datos My News (<https://mynews.es/>), compuesta por 6680 noticias que contienen en titular o subtítulo las palabras clave “despoblación”, “España vacía”, “España vaciada”, y “Reto demográfico”, publicadas entre el 1 de septiembre de 2012 hasta el 30 de septiembre de 2022 en 12 diarios: El País, El Mundo, ABC, El Confidencial, Diario de Teruel, Heraldo de Aragón, El Norte de Castilla, Heraldo Diario de Soria Lanza, Tribuna de Albacete y Tribuna de Cuenca y Nueva Alcarria). De ahí, se elabora una muestra restringida a partir de palabras claves para detectar la presencia de mujeres y/o el enfoque de género compuesta por 1938 piezas y otra de menor tamaño (587 noticias) con un grado mayor de relevancia, medido a través de la presencia de más de una mención a palabra clave o reiteración de varias de ellas. A modo de ejemplo se han considerado términos como: mujer, madre, alcaldesa, directora, agricultora, violencia de género, etc.

- Detectar las temáticas recurrentes en las noticias en las que aparecen mujeres o se ofrece un enfoque de género. A través de la comparación de las diferentes muestras se han desarrollado análisis estadísticos de frecuencias de palabras y se han extraído datos de colocación (N-grams), esto es, la tendencia de dos o más palabras a aparecer asociadas en un texto, con el objetivo de identificar las temáticas asociadas a las mujeres -como actores individuales y colectivos- en este tipo de informaciones y detectar las figuras más representativas.

- Poner en relación los resultados del análisis de medios con la percepción de especialistas en despoblación acerca del nivel de visibilidad, la persistencia de estereotipos y prejuicios, así como las posibilidades para la incorporación y/o fortalecimiento del enfoque de género en el debate público sobre despoblación. Realizamos 12 entrevistas semi-estructuradas a personas del ámbito político, activista, periodístico y de dinamización rural, a las que se ha aplicado un análisis temático.

5.2.3. *Avance de resultados:*

Los resultados preliminares nos indican que en torno a un tercio de las noticias periodísticas (29%) incorporan algún elemento que sirva para visibilizar a las mujeres o el enfoque de género. Sin embargo, sólo un 8,8 de la muestra indica una mirada de género, expresada en este caso a través de la concurrencia de varias de las palabras clave seleccionadas. Asimismo, se observa que este enfoque en las coberturas sobre despoblación fue exiguo hasta 2017, ya que entre 2012 y 2016 sólo 20 noticias de 6.680 presentan una

intensificación mayor respecto a la visibilidad y el enfoque de género. Por otra parte, el 15,49% del total de la muestra corresponde a piezas en las que las mujeres aparecen por sus cargos institucionales. Los medios nacionales elaboran piezas con un enfoque de género más claro, mientras que en los regionales predomina el protagonismo de las mujeres en su rol institucional.

Según confirman las personas entrevistadas, las representaciones de las mujeres del medio rural son aún muy estereotipadas y su presencia en los discursos públicos limitada, aun cuando hay acuerdo de que la institucionalización de esta perspectiva redundará en la innovación y la creatividad en torno al reto demográfico y, sobre todo, contribuirá al éxito de la implementación de políticas públicas. Por el momento, en lo mediático se percibe la presencia de un discurso en el que las mujeres son sujetos que deben empoderarse, se presenta la igualdad en términos de mujeres trabajadoras cuyos derechos deben equipararse a los de los varones y se concentra el protagonismo en portavoces institucionales. No es hasta los últimos años cuando se incorporan temáticas que aluden específicamente a mejorar la calidad de vida de las mujeres en el entorno rural y que están relacionadas, entre otras cuestiones, con la corresponsabilidad, los cuidados o la brecha digital. La diversidad, en todas sus facetas, es todavía un asunto pendiente, como reflejan las coberturas mediáticas.

5.2.4. Bibliografía:

Collantes, F. y Pinilla, V. (2019) *¿Lugares que no importan? La despoblación de la España rural desde 1900 hasta el presente.* Prensa de la Universidad de Zaragoza.

Moyano, E. (Coord.) *La España rural: retos y oportunidades de futuro.* Cajamar, 2022.

Saiz-Echezarreta, V., Galletero-Campos, B., Castellet, A., & Martínez-Rodrigo, A. (2022). Evolution of the public problem of depopulation in Spain: longitudinal analysis of the media agenda. *Profesional De La información*, 31(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.20>

Sanz Hernández, A (2016) Discursos en torno a la despoblación en Teruel desde la prensa escrita. *Ager*, núm. 20, 2016, pp. 105-137.