



**UNIVERSIDAD CATOLICA DE
SALTA**

FACULTAD DE ARTES Y CIENCIAS

Licenciatura en Comunicación Social

TESIS DE GRADO

**Las manifestaciones de Periodismo Social en
Tucumán: El caso de El Tucumano**

MARIA SOLEDAD LOPEZ MAZZA

Directora de Tesis: Lic. Daniela Sofía Postigo

AÑO 2019

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SALTA
FACULTAD DE ARTES Y CIENCIAS
LICENCIATURA EN COMUNICACIONES SOCIALES

TESIS DE GRADO

Las manifestaciones de Periodismo Social en Tucumán:
El caso de El Tucumano

Gran Canciller: S.E.R. Mons. Mario Antonio Cargnello Arzobispo de Salta

Rector: Ing. Rodolfo Gallo Cornejo

Vicerrectora Académica: Mg. Constanza Diedrich

Secretaría General: Lic. Silvia Alvarez

Decano de la Facultad de Artes y Ciencias: Lic. María Dolores Medina Bouquet

Secretaria Académica: Abg. Adriana Iburguren

Jefe del Departamento de Comunicaciones Sociales: Lic. Laura Beatriz Copa Torres

*Dedicado a mis hijos, Baltasar y Simón, quienes han resignificado mi concepto del
tiempo y los logros.*

*A mi amor Juan. Sin su paciencia, su acompañamiento, su ayuda y su apoyo, jamás
hubiese sido posible escribir ni una palabra.*

*A Martín por haberme alentado a mantener siempre firme mis convicciones y no
renunciar ante los contratiempos.*

A mis padres por haber creído siempre que este momento llegaría.

Agradecimientos

Quiero dar las gracias a mi amigo Darío por avisarme del Taller de Integración Final (TIF). Fue el punto de partida de este proceso, y junto a Daniela, mis anfitriones, motivadores e intermediarios de trámites y presentaciones.

A los profesores y autoridades de la Facultad que nos dieron esta última oportunidad atendiendo los pormenores y particularidades de cada alumno. Por la dedicación y la paciencia para acompañarnos en este camino final. Este TIF ha sido además de una valiosa oportunidad, un proceso que me ha permitido mantener el temple y la mente en calma de cara un objetivo, justo en un delicado momento personal.

A mis padres que me enseñaron a abrazar la educación y el esfuerzo. Sus lecciones de amor, perseverancia y paciencia han logrado aclararme siempre el camino.

A mi familia: mi esposo Juan por generar los espacios para que pueda concentrarme y escribir; por impulsarme siempre y no dejarme decaer. Por su amor generoso y desinteresado. A mis grandes maestros, mis hijos. Baltasar con su sensibilidad para reconocer mis esfuerzos, la alegría genuina para acompañarme y su ternura para alentarme. Mi pequeño Simón, el que vino a enseñarme desde el minuto cero que somos individualidades con tiempos propios, pero siempre se llega a ese punto del que no sacamos la vista. Este es el equipo que recorrió 600 kilómetros dos veces por mes durante el segundo semestre de 2018 para asistir a clases y hacer esta etapa final más llevadera.

A Magdalena, mi segunda madre, que me facilita la vida para poder lograr mis metas y cumplir mis obligaciones.

A mi amiga Mónica Arabi por haberme contagiado su amor por el periodismo y enseñarme a ejercerlo con pasión, compromiso y ética.

Al profesor Néstor Salvador Quintana por su incondicional contención y apoyo en mis años de estudio.

A mis hermanos y hermanas, amigos, sobrinos y familiares que han alentado genuinamente este esfuerzo final.

A Rody Gerez Cardozo por transmitirme su entusiasmo por el medio en el que trabaja y facilitarme los contactos de *El Tucumano* que luego me colaboraron desinteresadamente. A Ana Nores por responder pacientemente mis dudas y su interés en esta investigación.

Soledad

Junio de 2019

Resumen

El Periodismo Social busca ser transversal a toda producción de la prensa. Tiene como objeto jerarquizar la información del tercer sector poniéndola en igualdad de importancia con la económica y política. Este trabajo se planteó identificar, analizar y describir las manifestaciones de las producciones de Periodismo Social en un diario digital de Tucumán.

Se desarrolló una investigación descriptiva que examinó los 1674 artículos publicados por el diario digital *El Tucumano* del 1 de enero al 31 de marzo de 2019.

El estudio de las producciones permitió determinar que *El Tucumano* es un medio hiperlocal que presenta notas de Periodismo Social generalmente en su sección de Actualidad. Las áreas temáticas más abordadas fueron Mujer, género y justicia y Acceso a la justicia; incorporando mayormente fuentes de la sociedad civil, difundiendo derechos y buscando que el lector actúe luego de interiorizarse sobre una problemática. En cuanto a las funciones, si bien la propuesta de soluciones es de las más importantes de la disciplina, este diario la cumple en un bajo porcentaje. Sucede lo mismo con la función de brindar servicios.

Se concluye que *El Tucumano* es un medio en el que el Periodismo Social se encuentra presente en un bajo porcentaje de su producción, pero a pesar de ello, lo trabaja de manera apropiada, visibilizando e incluyendo en sus artículos a sectores postergados de la sociedad.

Palabras claves: Periodismo social; Tercer sector; áreas especializadas; mujer género y sexismo; periodismo digital.

Abstract

Social journalism actively seeks to be a cross section to regular press production, aiming at providing a hierarchy to the third sector information, giving the same status to that one related to economics and politics. This paper intends to identify, analyze and describe social journalism production's manifestations in a digital media from Tucumán.

A descriptive research was carried out from the 1st of January to the 31st of March 2019 over 1674 articles published by "El Tucumano".

The analysis allowed to determine that the digital news media afore mentioned is hyperlocal and usually presents social journalism articles in its Actuality news section. The areas more frequently addressed were women, gender, justice and access to justice, including mostly civil society sources, broadcasting rights and looking for the reader to act after having informed himself on a specific problem area. Regarding its functions, although problem solving is among the most important topics, its accomplishment is under expected, the same as with the providing services function.

As a conclusion, "El Tucumano" can be interpreted as a news media where social journalism is present but its productivity is of a low percentage. However, it is approached correctly by visualizing and including neglected society sectors in their articles.

Key words: Social journalism; third sector; specialized areas; woman gender and sexism; digital journalism.

Índice

AGRADECIMIENTOS.....	4
RESUMEN.....	5
ABSTRACT	6
INTRODUCCIÓN.....	9
1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	12
1.1 TEMA.....	12
1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	12
1.3 OBJETIVOS	12
1.4 ESTADOS DEL ARTE	13
1.5 SUPUESTO.....	16
1.6 TIPO DE ESTUDIO	17
1.7 POBLACIÓN, MUESTRA Y UNIDAD DE ANÁLISIS.....	18
1.8 ALCANCES Y LIMITACIONES	19
1.9 PROCEDIMIENTOS	19
2. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	26
2.1 PERIODISMO: CONCEPTO, EVOLUCIÓN, HISTORIA.....	26
2.2 PERIODISMO DIGITAL	27
2.2.1 “Nuevos medios”: clasificación.....	28
2.2.2 Periodismo 1.0, 2.0 y 3.0	30
2.2.3 Los nuevos paradigmas del periodismo	31
2.2.4 El periodista digital.....	33
2.3 PERIODISMO SOCIAL: CONCEPTO, ANTECEDENTES Y ÁMBITOS.....	35
2.3.1 Objetivos y funciones del Periodismo Social.....	37
2.3.2 Historia y antecedentes.....	38
2.3.3 Los sectores de la escena social	40
2.3.3.1 La irrupción del Tercer Sector en los medios de comunicación	42
2.3.4 Los campos y áreas temáticas del Periodismo Social.....	44
2.3.4.1 Los temas del Periodismo Social y sugerencias para su abordaje.....	45
2.4 CASO DE ESTUDIO: <i>EL TUCUMANO</i>	55
3. RESULTADOS	60
3.1 CARACTERÍSTICAS DE <i>EL TUCUMANO</i> Y SU <i>PERIODISMO DE MÁS ACÁ</i>	61
3.2 PERIODISMO SOCIAL EN <i>EL TUCUMANO</i>	65
3.3 ÁREAS TEMÁTICAS DEL PERIODISMO SOCIAL EN <i>EL TUCUMANO</i>	68
3.4 FUNCIONES DEL PERIODISMO SOCIAL QUE SE ADVIERTEN EN LOS ARTÍCULOS DE <i>EL TUCUMANO</i>	70
3.5 FUENTES INFORMATIVAS DE <i>EL TUCUMANO</i>	72
3.6 PREFERENCIA DE LOS LECTORES DE <i>EL TUCUMANO</i> EN FACEBOOK.....	73
3.7 PERIODISMO DIGITAL	74
4. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS.....	76

5. BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS.....	86
BIBLIOGRAFÍA	86
WEBGRAFÍA.....	87
HOJA DE EVALUACIÓN	89
ANEXOS	90

Introducción

El Periodismo Social es una disciplina transversal a todo quehacer periodístico que recopila o elabora información de cualquier ámbito desde una dimensión social. Se vale de una especial sensibilidad para descubrir lo que sucede en un entorno específico y lograr que esos hechos devengan en producciones que posean igual jerarquía e impacto que las noticias tradicionales.

Con esto busca generar lazos entre la sociedad civil y los estratos políticos y económicos que permitan generar propuestas y soluciones a las problemáticas que aborda. En este sentido, se lo entiende como un enfoque que jerarquiza el eje social, también denominado tercer sector, para ponerlo al mismo nivel de importancia que se da a las noticias de índole política o económica.

El Tucumano es un diario online que un breve período de tiempo consiguió hacerse su propio lugar entre los medios digitales de la provincia de Tucumán y sus producciones evidencian la impronta del Periodismo Social. Es por esta razón que este estudio se planteó identificar, analizar y describir las manifestaciones del Periodismo Social en las producciones del mencionado diario.

Los resultados de este trabajo permiten conocer si el Periodismo Social es transversal a los contenidos del medio estudiado; las áreas temáticas más presentes en sus producciones; las funciones de esta especialidad que más se identifican en los artículos y las fuentes informativas más consultadas, en cumplimiento con los criterios de redacción que definen al periodismo digital. Esto pone en evidencia que se puede hacer Periodismo Social sin pertenecer estrictamente a un medio especializado. Asimismo se invita a los profesionales de la comunicación social a tomar esta disciplina y hacerla transversal a todas las producciones de su quehacer cotidiano, independientemente del área en la que se desempeñen, y de esta manera colaborar en la construcción de un periodismo más democrático.

1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1. Metodología de la investigación

1.1 Tema

Las manifestaciones de Periodismo Social en Tucumán. El caso de *El Tucumano*

1.2 Pregunta de investigación

En la provincia de Tucumán, ¿cómo se manifiestan las producciones del Periodismo Social en un diario digital?

1.3 Objetivos

General:

Identificar, analizar y describir las *manifestaciones de las producciones de Periodismo Social* en un diario digital de Tucumán, Argentina

Específicos:

1. Analizar la transversalidad de los criterios del periodismo social en las producciones de El Tucumano.
2. Identificar las áreas especializadas del Periodismo Social que aborda El Tucumano.
3. Describir e identificar las funciones del Periodismo Social que se cumplen en el tratamiento de las producciones del diario en estudio.
4. Analizar las fuentes informativas que utiliza El Tucumano para las producciones de Periodismo Social.
5. Analizar y determinar si las producciones de Periodismo Social se adaptan a los criterios del periodismo digital.

1.4 Estados del Arte

2. García Lucero, D., Koci, D. y García Lucero, R. (2013). Los nuevos medios y las transformaciones en el periodismo. En Valdés, L. y Morales, S. (Comps.). En *Industrias culturales, medios y públicos: de la recepción a la apropiación*. Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba.

Recuperado de <http://hdl.handle.net/11086/6079>

Visado el 10/09/2018

Resumen: Este trabajo es uno de los resultantes del IV Encuentro Panamericano de Comunicación que se llevó a cabo en la ciudad de Córdoba en el año 2013. Habla de las transformaciones que ha sufrido el periodismo actual a raíz de la aparición de internet y otros fenómenos tecnológicos que dieron lugar al surgimiento de “nuevos medios”. En ese contexto hace una clasificación de los mismos y presenta cuales son los desafíos de los periodistas frente al proceso de democratización que experimentan los medios.

Aporte: La clasificación de los nuevos medios que presenta este trabajo y que fuera introducida por Roberto Igarza en su libro “Nuevos medios, estrategias de convergencia” nos permite ubicar a *El Tucumano* en el grupo de los “medios nativos”, concepto que tomaremos al momento de analizarlo. Asimismo tomaremos las dificultades y dificultades que enfrentan los periodistas en este nuevo modelo de medios y en esta nueva forma de ejercer la profesión, vinculándola con la tarea de la rama social que es nuestro objeto de estudio.

3. Rodríguez Montes, A. (2016). *La enseñanza del Periodismo Social y su aplicación. El ejemplo de Periodismo Humano*. Tesis de grado. Universidad de Valladolid, España.

Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/80526295.pdf>

Visado el 14/09/2018

Resumen: Esta es una tesis de grado que por un lado propone estudiar el nivel de presencia que tiene el Periodismo Social como materia en las carreras de periodismo en las universidades españolas, a la vez que pondera la importancia de que el estudiante incorpore los conceptos de esta rama del periodismo desde su formación inicial. Acompaña este estudio con el análisis de un medio digital que se dedica precisamente al Periodismo Social, haciendo un estudio cualitativo del mismo.

Aporte: Este trabajo aporta abundante material conceptual para definir al Periodismo Social, y a la vez proporciona un modelo de análisis cualitativo de un medio de comunicación, que es el trabajo que se realizará a lo largo de esta tesis.

4. Segura, M.S. "Desintermediación y participación. Los nuevos roles de periodistas y públicos en los medios no lucrativos" en *La Trama de la Comunicación*, Volumen 18, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario (2014). Rosario, Argentina

Recuperado de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-56282014000100007#no

Visado el 20/09/2018

Resumen: La autora describe el proceso de democratización que experimentaron los medios en Argentina a partir del año 2001, cuando se desató la crisis político-económico-institucional tras la salida del Gobierno Nacional de Fernando De La Rúa. A partir de allí segmenta por etapas la evolución que tuvieron los actores de la sociedad civil para ir interviniendo, de distintas maneras que también clasifica, en la esfera de las comunicaciones, cambiando el rol protagonista e inapelable del periodista/comunicador.

Aporte: El análisis que realiza este artículo sobre el caso particular de nuestro país en material del cambio de roles que experimentaron las comunicaciones en la era digital, cambiando el paradigma dominante del periodista en el establecimiento de agenda nos sirve para poder observar el medio que es objeto de análisis de esta investigación desde una óptica más histórica. Si bien basa su estudio sobre casos particulares de Córdoba, su análisis sobre la actuación que tuvieron las organizaciones de la esfera civil en el proceso de democratización y horizontalización de los medios en la era digital, utilizaremos estas distinciones para estudiar la llegada que tienen los actores de este sector *El Tucumano* para dar a conocer sus problemáticas.

5. Breiner, J. *La credibilidad como la nueva moneda del periodismo. Las innovaciones en medios digitales nativos que convierten el capital social en sostenibilidad* (2018). XXIV Congreso Internacional de la SEP. Málaga, España

Recuperado de <http://newsleaders.blogspot.com/2018/05/la-credibilidad-como-la-nueva-moneda.html#more>

Visado el 22/08/2018

Resumen: Breiner es especialista en medios digitales y emprendedurismo periodístico. Invitado al XXIV Congreso Internacional de la SEP disertó sobre los nuevos paradigmas que enfrenta el periodismo digital, haciendo hincapié en el rol que debe

asumir el profesional para estar a la altura de los cambios que se están viviendo. Habla de la credibilidad en términos de valor humano y económico, y da ejemplos de medios que dejaron de vivir de la publicidad tradicional para sostenerse con el aporte de sus lectores. Y cuenta que para llegar a ese modelo de sostenibilidad, mutaron a un modelo de ejercicio de la profesión más humano y comprometido con su comunidad.

Aporte: Los paradigmas que menciona Breiner en su ponencia están, en su mayoría, directamente emparentados con las características que definen al Periodismo Social. Fue esta ponencia (que conocí por un artículo periodístico, el disparador del tema elegido para esta tesis.

6. Salaverría, R. *Ideas para renovar la investigación sobre medios digitales* (2015). *El profesional de la información*, v. 24, n. 3, pp. 223-226. España

Recuperado de <https://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/article/view/epi.2015.may.01/19942>

Visado el 17/09/2018

Resumen: Este artículo propone lo que el considera líneas de investigación significativas para que los estudiosos de los medios digitales guíen sus trabajos en la próxima década. Asimismo hace una crítica constructiva de los modos de investigar a dichos medios en la actualidad.

Aporte: Una de las sugerencias de Salaverría para las investigaciones es comenzar a indagar en los medios nativos digitales, como es el caso de *El Tucumano*, y dejar de lado los medios tradicionales que tiene en paralelo un soporte en web, sobre los que considera que ya hay material suficiente. Es este punto el que tomaremos en cuenta para trabajar.

7. Israel Garzón, E. *Educación en el Periodismo Social e intercultural* (2014). *Aularia*, 3 (2). España

Recuperado de: <http://www.aularia.org/ContadorArticulo.php?idart=171>

Visado el 19/09/2018

Resumen: En el artículo se habla de la importancia de la formación del profesional desde su etapa de estudiante. En este sentido menciona la necesidad de dotar de sentido “social” e “interculturalidad” a los futuros periodistas para que ejerzan su trabajo en un compromiso real con los ciudadanos, detectando y respetando las individualidades dentro de los conjuntos, dando lugar a todas las voces, contemplando que un mismo mensaje puede ser recibido de distintas maneras según el contexto y

cultura de cada lugar. Así presenta el concepto de “ruidos interculturales” que sustentan la discriminación mediática, y proponiendo prácticas que presenten temas desde una postura mas humana e individualista, poniendo rostro a problemáticas sociales para visualizarlas, la presentación de nuevos temas en la agenda mediática que representen el interés común en lugar del interés económico, buscando variar sus fuentes entre el tejido social, y haciendo un uso positivo y enriquecedor del fenómeno de la participación social que permiten las redes sociales. En una época en la que el periodismo ha caído sistemáticamente en errores, propone la implementación de Códigos Deontológicos y Manuales de Estilo como guía para una mejor práctica de la profesión.

Aporte: La ejemplificación de los errores que diferencian las buenas y malas prácticas en el periodismo, analizado desde una óptica social, es el aporte más enriquecedor de este artículo para mi trabajo. Si bien expone en teoría las características diferenciales del Periodismo Social, la exposición de los errores con ejemplos reales o errores comunes, permite reconocer los errores más comunes que se reproducen a diario y se deben evitar desde un ejercicio responsable de la profesión.

1.5 Supuesto

El Tucumano proporciona un espacio al Periodismo Social en el que se jerarquiza al tercer sector como fuente informativa. Se abordan áreas temáticas especializadas en cumplimiento con las funciones de esta disciplina, sin perder de vista los criterios de redacción que rigen al periodismo digital.

Operacionalización conceptual:

Concibiendo al Periodismo Social como un enfoque que “asume su responsabilidad en los procesos sociales, que reflexiona sobre su papel en el devenir social y se preocupa por la búsqueda de soluciones (Cytrynblum citada por gallego Ayala y Luengo Cruz, 2014, p. 29), se debe tener en claro que se trata de una nueva manera de hacer periodismo que se vale de fuentes particulares, que nacen de la sociedad organizada o civil. La sociedad civil es lo que se considera el tercer sector, entendiéndose que el primer sector es el Estado y el segundo sector es el Mercado (estos dos, considerados como los que tienen mayor incidencia en la agenda de los medios tradicionales). En este contexto, existen contenidos de importancia social que llamamos áreas temáticas especializadas, siendo las más importantes pobreza; acceso a la Justicia; violencia institucional; educación; trabajo; salud; inseguridad;

discriminación; infancia y adolescencia; medio ambiente; mujer, género y sexismo; discapacidad; diversidad sexual y economía social. Las mismas deben abordarse en cumplimiento con funciones que regulan esta disciplina como son la difusión de derechos; la propuesta de soluciones; promoción de acciones; brindar servicio ó incorporación de fuentes. Y al ser difundidas sus producciones a través de un medio web, las mismas deben adaptarse a criterios de redacción periodística digital como oportunidad y relevancia; síntesis; redacción activa, y uso de la hipertextualidad.

1.6 Tipo de estudio

Esta investigación se enmarca en el paradigma constructivista. La selección de este modo particular de ver el mundo, de interpretar la realidad que se adoptó para el presente trabajo obedece a que “el paradigma constructivista asume que el conocimiento es una construcción mental resultado de la actividad cognoscitiva del sujeto que aprende. Concibe al conocimiento como una construcción propia, que surge de las comprensiones logradas a partir de los fenómenos que se quieren conocer” (Moreira, 2000, p: 100).

Su alcance es descriptivo, ya que la construcción de conocimiento desarrollada desde las ciencias sociales analiza la concatenación de hechos desde la interpretación de los mismos a partir un caso específico delimitado sincrónicamente en el tiempo. Trabajar desde un enfoque descriptivo implicó “especificar las propiedades, características y los perfiles de las personas, grupos y comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (...). Son útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación” (Hernández Sampieri, 2014 p. 92)

Este estudio descriptivo se realizó desde un enfoque mixto para captar de una manera holística el objetivo de estudio y verificar los supuestos. Dice Vasilachis de Gialdino (1992) sobre la combinación de métodos cuantitativos y cualitativos en una investigación que “cada forma de datos es utilizable tanto para la verificación como para la creación de teoría” (p:66). Este tipo de estudios se han consolidado en el siglo XXI y si bien se reconoce la supremacía de algunos métodos sobre otros, se hace hincapié en la importancia de la complementariedad, que se usa cada vez más en todos los campos de investigación. En tal sentido, Hernández Sampieri (2014) sostiene que “los métodos mixtos caracterizan a los objetos de estudio mediante números y lenguaje e

intentan recabar un rango amplio de evidencia para robustecer y expandir nuestro entendimiento de ellos” (p:537) Tal triangulación enriquece y provee mayor certeza al investigador a la hora de elaborar sus conclusiones.

1.7 Población, muestra y unidad de análisis

El universo sobre el que se trabajó son todas las publicaciones digitales que realizaron Periodismo Social en la provincia de Tucumán, y la muestra se recolectó se la página web de *El Tucumano*.

Las unidades de análisis fueron las producciones de Periodismo Social publicadas durante el primer trimestre del año 2019.

Para la selección del periódico y el lapso de estudio se consideró un criterio no probabilístico. De acuerdo con Pineda *et.al.* (1994) este tipo de muestreo “se caracteriza porque el investigador selecciona la muestra siguiendo algunos criterios identificados para los fines del estudio”. Dentro de este tipo de muestreo se optó por el intencional, en el que “el investigador decide, según los objetivos, los elementos que integrarán la muestra, considerando aquellas unidades supuestamente “típicas” de la población que se desea conocer” (Pineda *et.al.*, 1994, p: 119). En este sentido, cabe mencionar que en el colectivo de medios de comunicación tucumanos que conviven en el ciberespacio, se destacan La Gaceta, Contexto y *El Tucumano*. El primero es el medio más importante de la provincia, con 107 años de trayectoria. Es un medio gráfico tradicional que lanzó su versión web en el año 1997. Contexto en cambio fue una revista empresarial que nació en junio de 1997, y luego mutó sus contenidos convirtiéndose en una página web que replica noticias de Tucumán, Argentina y el mundo, con escasa producción propia. Se eligió trabajar sobre *El Tucumano*, porque a diferencia de los mencionados anteriormente, es un medio digital nativo.

Las producciones de este medio presentan una fuerte impronta localista que se plasma desde el nombre mismo de la web, y se puede percibir al visitar su página o sus redes sociales: sus contenidos se refieren al acontecer local. Siempre. Incluso si se tratan temas del escenario nacional, se los aborda desde la visión o el impacto que tuvo el tema en Tucumán.

1.8 Alcances y limitaciones

Alcances: Esta investigación describió, identificó y analizó producciones periodísticas escritas de *El Tucumano* elaboradas desde los criterios del Periodismo Social. Estudió los artículos publicados entre el primero de enero y el 31 de marzo de 2019 en las secciones Actualidad; Tiempo Libre; Opinión y Deportes.

Limitaciones: Atento a que este diario tiene contenido periodístico variado, solo se trabajó con aquellas producciones escritas que tienen enfoque social.

Se excluyó la sección Agenda ya que el tipo de contenidos y formato de presentación no se enmarcan en los criterios de selección de este trabajo.

Tampoco se tuvieron en cuenta las producciones audiovisuales, ya que las mismas presentan temas de interés social, pero desde un estilo narrativo, bajo el formato de storytelling, sin usar criterios del Periodismo Social.

Se excluyó del análisis de reacciones en redes sociales a Twitter debido a que muchas notas no presentaban acciones de los usuarios desde esa red social, y las que tenía, la relevancia era infima.

Se acudió a herramientas de métricas web online, ya que no se tuvo acceso a números oficiales de visitas por parte del medio estudiado.

1.9 Procedimientos

En cuanto a las herramientas y técnicas de recolección de datos, se trabajó con una observación documental. Sierra Bravo (1994) la define como el tipo de observación que “versa sobre todas las realizaciones que dan cuenta de los acontecimientos sociales y las ideas humanas o son producto de la vida social y, por tanto, en cuanto registran o reflejan esta, pueden ser utilizados para estudiarla indirectamente” (p:283). Mediante este tipo de observación, que como lo indica su nombre, se basa en el análisis de documentos, se estudiaron los artículos escritos que se publicaron en el período de tiempo elegido en el diario digital *El Tucumano* que se adaptaron al criterio de selección de muestra.

Para ello se trabajó sobre el eje de dos tipos de bases de datos. Por un lado se sometió cada artículo al análisis que propone la Tabla 1. Los resultados obtenidos a partir de ella, fueron volcados en una matriz de datos que se elaboró en un documento

de Excel que permitió ir discriminando datos que al ser comparados y observados permitieron arribar a los resultados y conclusiones de este trabajo.

Inicialmente se estudió la transversalidad del Periodismo Social en las producciones de *El Tucumano*. Esto requirió el análisis de la totalidad de los artículos publicados el primer trimestre de 2019, y de ellos se seleccionó aquellos que evidenciaban características, abordaje de áreas temáticas, fuentes o funciones de la disciplina. La cantidad de notas con criterio de Periodismo Social que este estudio considera como aceptable para considerar que se cumple esta condición, debe llegar al menos al 75% de las producciones analizadas.

A continuación se buscaron las áreas especializadas presentes en las producciones de Periodismo Social de *El Tucumano*. Las mismas fueron seleccionadas teniendo en cuenta la clasificación que realizaron García Belda *et.al.* (2007); Suarez García *et.al.* (2007); Cytrynblum (2009) y Gallego Ayala y Cruz (2014).

Así, las áreas consideradas por esta investigación fueron:

- Pobreza
- Acceso a la justicia
- Violencia institucional
- Educación
- Trabajo
- Salud
- Inseguridad
- Discriminación
- Infancia y adolescencia
- Medio ambiente
- Mujer, género y sexismo
- Discapacidad
- Diversidad sexual
- Economía social.

Seguidamente se sometieron los artículos a preguntas que permitieron analizar el cumplimiento de las cinco funciones del Periodismo Social consideró más importantes¹:

- Difundir derechos

¹ Ver capítulo 2.3.1 *Objetivos y funciones del periodismo social*

- Proponer soluciones
- Promover a la acción
- Brindar servicio
- Incorporar fuentes

Al mismo tiempo se detectaron los tipos de fuentes que consultó *El Tucumano* en sus producciones con criterios de Periodismo Social. Esta investigación se clasificaron las fuentes informativas en tres tipos: *particulares*, *ONG's* y *Oficiales*.

Por *particulares* nos referimos a la gente común, el ciudadano de a pie de Turati (2007). Son personas que tienen una historia que contar, y no necesariamente se encuentran en una ONG o Asociación Civil. En *ONG's* se engloba al tercer sector², conforme a la definición de Cytrynblum (2009). Y en *oficiales* se consideran todas aquellas fuentes provenientes de sectores del poder político fundamentalmente, o como la misma autora clasificó, Primer Sector³.

Por último se analizó si los artículos de Periodismo Social que fueron objeto de este estudio se adaptaban a los criterios de redacción que rigen el periodismo digital. Con este fin se seleccionaron cuatro características de las que Briggs (2007) considera como fundamentales para que un periodista escriba para medios digitales. Así se consideró para esta parte del análisis los items que abajo listamos, y que luego son desarrollados⁴.

- Oportunidad y relevancia
- Síntesis
- Redacción activa
- Hipertextualidad / recursos

Toda esta información fue volcándose en la Tabla 1. Allí, además se destinó un espacio para insertar la URL de la nota analizada con su fecha y sección. También en la sección de contenido se incluyó un apartado llamado *datos*, en el que se incluye un breve resumen de la noticia. En *comentarios* se hicieron anotaciones de relevancia para el análisis, como por ejemplo si es un tema que viene teniendo seguimiento o continuidad, si se incluye un cuadro con datos de interés del lector, etc. En el apartado reacciones en redes sociales se analizó el comportamiento de los seguidores de

² Ver capítulo 2.3.3 *Los sectores de la escena social*

³ Ver capítulo 2.3.3 *Los sectores de la escena social*

⁴ Ver capítulo 2.2.4 *El periodista digital*

Facebook de este medio. Allí se midieron reacciones bajo la siguiente fórmula: se sumó la cantidad de *me gusta / me encanta / me asombra / me enoja / me entristece*; más la cantidad de compartidos, más la cantidad de comentarios. El número que arrojó esa suma en cada publicación de una noticia que se realizó en esta red social, es el que se colocó en este casillero.

Tabla 1. Análisis de notas con criterios de Periodismo Social de *El Tucumano*

URL ARTICULO:	
FECHA	SECCIÓN
CONTENIDO	
TEMATICAS SOCIALES ABORDADAS	
DATOS	
FUENTES	
COMENTARIOS	
REACCIONES EN REDES SOCIALES	
FACEBOOK	
CRITERIOS DE REDACCION DIGITAL	
OPORTUNIDAD Y RELEVANCIA	
SINTESIS	
REDACCIÓN ACTIVA	
HIPERTEXTUALIDAD / RECURSOS	
FUNCIONES DE PERIODISMO SOCIAL	
¿DIFUNDE DERECHOS?	
¿PROPONE SOLUCIONES?	
¿PROMUEVE A LA ACCIÓN?	
¿BRINDA SERVICIO?	
¿INCORPORA FUENTES?	

Fuente: adaptación de Rodríguez Montes (2015)

Criterios especiales de análisis de datos de la investigación

Para lograr resultados más representativos, en algunos casos se utilizaron pautas especiales de observación.

Se puede ver en el apartado 3.3 que para obtener la cifra de unidades de análisis se sumó la cantidad de notas en las que se presentaban cada temática de manera

primaria más la cantidad de notas en las que se presentaba cada temática de manera secundaria; ya que más de la mitad de ellos abordaban más de un área en su contenido; y en base a ello calculamos cuáles fueron las más repetitivas. Es por ello que en este gráfico se consideraron 134 unidades de estudio.

Al realizar el estudio de la incidencia de las fuentes informativas en las notas de Periodismo Social de *El Tucumano* se tuvo en cuenta que en un número de producciones se recurrió a más de una fuente. En esos casos se habla de la existencia de una fuente secundaria, es decir, la que refuerza una información; o bien la que contrasta y da otra visión de un mismo tema.

Para analizar el uso de criterios de redacción digital que se advirtieron en la producciones de Periodismo Social, se dividió por un lado los artículos que cumplieron la totalidad de los criterios tenidos en cuenta, y por otro lado aquellos que no cumplió alguno de los mismos. Es decir que para considerar que una nota cumplía este criterio, debía contar con oportunidad y relevancia; síntesis; redacción activa e hipertextualidad⁵.

⁵ Ver Capítulo 2.2.4

2. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2. Marco teórico conceptual

2.1 Periodismo: concepto, evolución, historia

El periodismo, en sus inicios y en la actualidad, no fue ejercido exclusivamente por profesionales preparados académicamente a tal fin. Originalmente era más bien un oficio que practicaban algunos profesionales de otras áreas para dar a conocer el acontecer de las sociedades en las que vivían. En la actualidad sucede algo parecido con el boom tecnológico que permite que hechos noticiables se conozcan de manera inmediata y espontánea por ciudadanos comunes en lo que se llamó “periodismo ciudadano”.

En ésta línea, Castelli (1981) explica que:

“Un concepto tradicional de periodismo, aún defendido por algunos profesionales “a la antigua”, sostiene que “el periodista nace, no se hace”; esta definición defiende fundamentalmente algo que, sin dudas, es innegable: una capacidad innata, una vocación, para la captación de la realidad inmediata con sentido periodístico, para saber precisar, frente al acontecer cotidiano, qué es noticia y qué no lo es; capacidad que, si no se posee, es muy difícil de adquirir; pero, y esto es lo que queremos afirmar con claridad, ello no responde integral ni formalmente a las exigencias de la comunicación social, ya que es muy distinto hablar de una intuición mental o espiritual ante la realidad, que de llevar esa comprensión o captación básica a su concreción expresiva con exactitud y dominio técnico de las formas concretas de información (pp. 7-8).

Con esto, Castelli (1981) comienza a hablar de la necesidad de la enseñanza de periodismo como una ciencia a nivel superior o universitario y lo define, desde un encuadre funcional, como “la función social de recoger, codificar y transmitir, en forma permanente, regular y organizada, por cualquiera de los medios técnicos disponibles para su reproducción y multiplicación, mensajes que contengan información para la comunidad social, con una triple finalidad: informar, formar y entretener” (p. 14).

Una concepción del periodismo un poco más explícita la ofrece Vladimir Hudec (citado por Martínez, 2003) al definirlo como el conjunto de expresiones impresas, habladas o gráficas o combinadas, "que se publican periódicamente y están destinadas a interpretar la realidad social de actualidad y de importancia universal, en forma

documentada y que, mediante su difusión por distintos medios de comunicación, ejercen un impacto masivo sobre un público socialmente diferenciado" (p.22).

2.2 Periodismo digital

Si se analiza el periodismo según el canal que utiliza, es dable hablar de acontecimientos que los desencadenaron. Así la aparición de la imprenta facilitó la llegada de la prensa escrita a mayor cantidad de lectores, la aparición de la radio y TV configuraron nuevas formas de ejercer la profesión, y sin dudas fue internet el último gran hito. Según Cabrera (2004), internet se sumó a la radio y la televisión como la última de las tecnologías desarrolladas en el siglo XX para integrarse a los grandes medios de comunicación de masas, expandiéndose por todo el mundo, sin que ello suponga su consolidación definitiva (p.393).

Según Breiner (2015) para poner una fecha de inicio a este proceso de revolución comunicacional, la referencia sería mediados de los años noventa, cuando el nacimiento de Yahoo en 1994 como primer motor de búsqueda global tomó la punta de los "grandes" de internet, al que le seguirían Netscape en el mismo año, Amazon e Ebay en 1995, Hotmail en 1996 y Google en 1998.

La web abrió un nuevo mundo que requirió la configuración de una redacción, recursos, herramientas y tiempos distintos a los que se venía empleando en los medios convencionales.

Así nació el ciberperiodismo, webperiodismo o periodismo digital, que tuvo como pioneros a los medios gráficos, que no tardaron en ver la oportunidad y sumaron al papel, ediciones online. Al principio, se replicaba en la red los contenidos gráficos, pero pronto comenzaron a advertir que por sus características particulares, internet necesitaba un nuevo modo de hacer periodismo. A la prensa le siguieron los otros dos medios tradicionales: radio y televisión. "Junto con estos medios informativos, han nacido otros exclusivamente para la red, y todos ellos tienen en común el uso de un nuevo sistema comunicativo, que por sus características se puede considerar propio de la comunicación en línea u online" (Cabrera, 2004, p. 394).

2.2.1 “Nuevos medios”: clasificación

Así denominó Roberto Igarza a “nuevas formas culturales que dependen de una computadora para su distribución, representación y uso interactivo. (...) son formas culturales que dependen de componentes digitales físicos para ser almacenadas, distribuidas y representadas, capacidades que están asociadas generalmente a la computadora” (Igarza, 2008, p. 11).

Lógicamente, con el avance de la tecnología, el acceso a los “nuevos medios” ya no se reduce solamente a la tradicional PC, un sinnúmero de dispositivos que se valen de internet sirven de plataforma en la actualidad. Se caracterizan por “un espacio de interacción más importante que los medios tradicionales.(...) son sistemas hipermediales adaptativos que proponen una experiencia de inmersión en un entorno permeable (...) que tiende a involucrar al usuario en una sucesión de tomas de decisiones potencialmente sin fin” (Igarza, 2008, p. 11).

Este autor propone, así, una clasificación de estos medios según su finalidad y funcionalidad.

- *Medios de comunicación tradicionales en línea:* “son la versión interactiva, digital y en línea de los medios tradicionales” (Igarza, 2008, p 176). Un ejemplo de ello son las webs de diarios tradicionales, o los podcasts de radios convencionales.
- *Medios de comunicación nativos:* De acuerdo con Igarza (2008) “fueron concebidos como nuevos medios, es decir, que no tienen antecedentes off line. Sus contenidos son elaborados exclusivamente para ser difundidos interactivamente en línea (p.177).
- *Medios sociales:* Igarza (2008) los define como “plataformas que permiten crear o mantener la comunicación en línea entre miembros de una comunidad que puede ser permeable o cerrada (p. 177). A su vez los divide en dos tipos: los de *expresión* que “son medios de expresión personal que facilitan la participación de otros usuarios en forma de comentarios. Funcionan sobre la base de un discurso central, frecuentemente unipersonalmente concebido, al que reaccionan los lectores dejando comentarios”. Ejemplo: los blogs, Facebook, Instagram y Twitter. Por otra parte, los medios *horizontales* “son las plataformas para gestionar la comunicación entre las personas que conforman una comunidad de interés” (Igarza, 2008, p. 177). Ejemplo: Wikipedia, Flickr, Linkedn.

- **Agregadores:** Pueden ser: a) *redifusores* de contenidos sindicados (redifunden parcialmente el contenido elaborado por uno o mas medios de comunicación en línea) o b) *conectores* (vinculan directamente al usuario con la noticia del medio en línea) (Igarza, 2008, p. 178). Ejemplo de los primeros sería Google News, y del segundo, el buscador Google.

Tabla 2: Ejemplos nacionales y globales de tipos de nuevos medios

NUEVOS MEDIOS	
MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES EN LINEA	La Nación Clarín Ambito Financiero Página 12
MEDIOS DE COMUNICACIÓN NATIVOS	Minuto Uno, La Política On Line, Urgente 24; Chequeado
MEDIOS SOCIALES	De expresión: Facebook, Twitter, Instagram, blogs.
	Horizontales: Wikipedia, Flickr, LinkedIn
AGREGADORES	Redifusores: Google News
	Conectores: Google

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3: Ejemplos de tipos de nuevos medios locales

NUEVOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN TUCUMÁN	
TRADICIONALES EN LINEA	NATIVOS DIGITALES
La Gaceta El Siglo Web Contexto	El Tucumano Tucumán Noticias El Diario 24

Fuente: Elaboración propia

2.2.2 Periodismo 1.0, 2.0 y 3.0

El desarrollo de internet, el modo en que se generan sus contenidos, y la relación que los usuarios crean con ese contenido fue evolucionando con la velocidad que se fue expandiendo el mundo digital. Así, surgieron los términos web 1.0; 2.0 y la más reciente, 3.0; con su aplicación por definición al periodismo.

Briggs (2007) diferencia los primeros al explicar que “en el modelo 1.0, un editor Web (tanto de un sitio noticioso como de un sitio personal en GeoCities) podía cargar contenido para que muchos otros leyeran y la transacción de comunicación terminaría allí” (p. 34). Ejemplifica este modelo de comunicación con los primeros desarrollos de las webs de periódicos que replicaban en la red sus contenidos impresos, sin posibilidad de interacción. El periodismo 1.0 , entonces, “es el que traspasa el contenido de los medios tradicionales a la Red” (Varela, 2005, parr. 14).

“El modelo 2.0 no solo permite a aquellos “muchos otros” comentar y agregar al contenido publicado por el editor, sino que ellos –la audiencia- pueden también agregar contenido original por sí mismos” (Briggs, 2007, p. 34). Agrega Varela (2005) que el periodismo 2.0 “es la creación de contenido en y para la Red, sumando sus características de hipertextualidad, interactividad, multimedia, etc.” (parr. 15).

Esta instancia fue sin dudas el inicio de la “democratización” de internet y el modelo participativo y colaborativo de las comunicaciones, que dejaron de tener un esquema jerárquico, lineal e incuestionable. Se pasó de un modelo 1.0 en el que el receptor era un lector pasivo; a un modelo 2.0 donde la interacción comenzó a presentarnos usuarios, que, como indica el término, comenzaron a “hacer uso” de los medios de comunicación, participando como nunca había sucedido hasta el momento.

La instancia subsiguiente, fue por lógica el Periodismo 3.0. “Se llama así a la socialización de la información periodística, conseguida gracias a las herramientas digitales. Es la tercera versión del ciberperiodismo o periodismo digital y se conoce también como periodismo ciudadano o participativo (Varela, 2005, parr 13).

Varela (2005) caracteriza esta nueva instancia por nuevas conductas de los “superusuarios” (término que el mismo autor emplea para definir a “consumidores intensivos de información multimedia y expertos en el uso de los medios y herramientas sociales”) entre las que destaca que:

- “Los ciudadanos irrumpen en el espacio público para informar directamente o comentar informaciones.

- Rebajan la intermediación de los medios al entrar en contacto directamente con las fuentes y con los hechos a través de testimonios directos y documentos.
- Se rebelan contra la autoridad profesional y la sustituyen por el criterio social en red.
- Rechazan la concepción tradicional de la objetividad.
- Sustituyen el patrón unidireccional de la comunicación de masas por un nuevo patrón de “muchos a muchos”, interactivo y en movimiento.
- La información se convierte en una conversación durante la cual cambia el mensaje y con un alto grado de comunicación interpersonal”. (parr. 18-23)

Bowman y Willis, citados por Igarza (2008) indican que este nuevo periodismo “consiste en participar en la recopilación, análisis y difusión de información a través de Internet. En el proceso participativo no existen intervenciones periodísticas formales, intervenciones institucionales o administrativas. Es una construcción participativa cuyo resultado, siempre provisional, surge de muchas conversaciones simultáneas y distribuidas que florecen, declinan o se atrofian según el interés social. (...) es un ejercicio de democracia (...) El poder está trasladándose de las redacciones a otros agentes sociales que tienen la capacidad de hacer conocer sus ideas a través de Internet” (pp 197- 198).

No se trata del fin del periodismo ni de los medios. Es una nueva forma de elaborar y usar la información.

2.2.3 Los nuevos paradigmas del periodismo

En la vorágine que moviliza a la profesión dentro del ciber mundo, la democratización de la información ha puesto en jaque la credibilidad de los medios. Hoy más que nunca los medios son cuestionados y la credibilidad se ve crisis.

Justo ese valor que debe ser incuestionable, hoy cae libremente y los medios se ven en la búsqueda de nuevas herramientas que le permitan evitar el golpe.

James Breiner es especialista en periodismo digital y emprendedurismo de medios, y ha estudiado el fenómeno a fondo. Asegura que las webs periodísticas están paradas frente a dos tendencias globales.

Por un lado “*los editores están haciendo un giro (pivot) hacia los usuarios, es decir, el antiguo modelo de negocio que dependía de la publicidad está muerto*” (Breiner, 2018).

Y por otra parte, sostiene Breiner (2018), “*los usuarios buscan información confiable dentro de la inundación de desinformación y falsa información que encuentran sobre todo en redes sociales*”.

Expresado esto, queda en evidencia que credibilidad está en el ojo de la tormenta y parece ser el valor al que los medios deben apuntar. Por esto, dice Breiner (2018) que:

“Hay 10 nuevos paradigmas para el periodismo digital.

1. *Comunidad en lugar de audiencia* -significa crear una comunidad a la que nuestro medio tiene una conexión social, intelectual o emocional; el medio habla de las necesidades y las preocupaciones de su público.

2. *Usuarios en lugar de anunciantes e inversores* –El contenido y los mensajes comerciales tienen una conexión con los valores éticos y sociales de los usuarios, NO los objetivos lucrativos de los anunciantes o inversores.

3. *Relaciones en lugar de escala* –lo importante no es el número de ojos en la audiencia sino cómo el medio interactúa con su comunidad y responde a sus necesidades.

4. *Calidad en lugar de cantidad* –significa producir menos noticias actualizadas y más contenido que explica y analiza el significado de la noticia.

5. *Servicio público en lugar de empresa lucrativa* –se producen investigaciones que posiblemente ofenden a los poderes existentes para exigirles una rendición de cuentas.

6. *Capital social en lugar de capital financiero* –la credibilidad del medio representa un capital social que permite pedir contribuciones del público.

7. *Miembros en lugar de suscriptores* –dar dinero a un medio no es una transacción económica en la que se paga por información

sino una muestra del apoyo de la persona a la misión del medio de comunicación.

8. *Medios especializados en lugar de medios masivos* –los medios que prosperan son los que explotan nichos descuidados por los medios tradicionales porque no son tan lucrativos, como la educación pública, la salud, el medioambiente, los derechos humanos, las PYMES, y la innovación, entre otros.

9. *El renacimiento de email*: Hemos leído muchas crónicas de la muerte anunciada de email. Pero algunos nuevos medios están explotando la relación personal de email y de blogs para construir nuevos modelos de negocio basados en el apoyo de los usuarios. Email es un jardín vallado en donde las grandes plataformas como Google y Facebook no pueden invadir.

10. *Nuevos géneros facilitados por nuevas tecnologías*: Muchos de estos son basados en el uso de bases de datos y las nuevas tecnologías baratas y gratuitas”.

2.2.4 El periodista digital

El nuevo periodismo requiere sin dudas que los profesionales de la información se doten de herramientas que les permitan entrar a este juego. Las reglas han cambiado, y representan una oportunidad para quienes sepan adaptarse al desafío que representa el avance tecnológico.

“El periodista digital es aquel que utiliza conocimientos del periodismo tradicional y los combina con la tecnología para reportar, analizar o compartir información con una audiencia cada vez más mundial” (Watlington, s.f., p. 7).

Esto representa un modelo de periodista que incorpora herramientas tecnológicas a sus saberes para poder estar a la altura de las nuevas posibilidades que ofrece internet. El periodista más requerido, será sin dudas, el que más recursos maneje. Se trata de una transición para los periodistas tradicionales: pueden entrar por la puerta grande y adaptarse, o quedar relegados a funciones específicas de las viejas redacciones.

A esto se suma otro factor: la inmediatez. El reportero ha dejado de tomar notas que luego convertirá en artículos para el día siguiente. En la era digital, el ritmo ha cambiado, y todo lo que sucede llega en minutos a la red. En palabras de Briggs (2007) se trata de “suministrar a la página de inicio de su sitio Web esas noticias de última hora, así que esté listo a usar las herramientas multimedia disponibles ahora para reportear la historia inmediatamente”.

“La disciplina del periodismo de coleccionar, analizar, verificar y presentar información acerca de sucesos del momento ha sufrido grandes cambios con la inmediatez en la que las noticias son publicadas hoy en día. (...) Ahora los periodistas en la sala de redacción tienen varios roles” (Watlington, s.f., p. 7).

Briggs (2007) da una serie de recomendaciones para producir eficazmente contenido periodístico en la web. Dada la importancia que tiene el factor tiempo en la web, aconseja inicialmente que sean *oportunos y relevantes*.

La segunda recomendación es *escribir vívidamente y fuerte*. Con esto sugiere una redacción activa, con verbos fuertes y sustantivos bien definidos, manteniendo un estilo distintivo (animarse a estilos no convencionales, que son bienvenidos por las nuevas audiencias). Usar frases simples, pero que concatenen ideas. Asimismo conjugar los estilos de escritura impresa, par radio y TV. “Más compacto y vigoroso que el impreso pero más culto y detallado que la escritura para radio y TV” (Briggs, 2007, p.74). todo esto sin perder nivel de verificación.

El *uso de marcas de tiempo* es otra indicación de Briggs (2007). Esto es muy útil cuando tenemos historias que se suceden en un periodo largo de tiempo (un día, por ejemplo) y evitamos ir reescribiendo a medida que los sucesos cambian.

“*Los titulares venden la historia*” nos recuerda Briggs (2007) y explica que no solo se debe contar la noticia con ellos, sino que se debe dejar al lector con ganas de saber más.

Una característica distintiva de la comunicación digital es la hipertextualidad, y es por ello que no se deben olvidar los *hiperenlaces contextuales*. Son una gran herramienta para complementar al lector y proporcionarle información vinculada al tema, u antecedentes que le ayuden a entender mejor de qué se está hablando (Briggs,2007). Estos recursos, que cuando se comenzó a pensar en el mundo digital parecían novedosos, hoy forman parte de los medios y sirven al usuario para comprender y contextualizar mejor aquello que se nos muestra. Mapas de Google Maps, enlaces a

artículos relacionados, audios, videos, transmisiones en vivo, galerías de fotos, tableros que siguen las etiquetas vinculadas a un tema en las redes sociales.

Claramente, con el avance tecnológico, se deberán ir sumando herramientas, como las redes sociales que hoy se encuentran en el centro de la escena de las comunicaciones. Todos los medios tienen sus cuentas en las que replican sus contenidos (y desde donde logran mayor viralización de los mismos e interacción con sus usuarios). Hasta ahora los medios informativos digitales se embarcaron en este mundo de la mano de Facebook y Twitter, redes a las que supieron “encontrarles la vuelta”. No está sucediendo lo mismo con Instagram, la red social del momento (y sobre todo de los más jóvenes), donde todavía muchos no logran determinar el provecho que se puede obtener de ella.

2.3 Periodismo social: concepto, antecedentes y ámbitos

El Periodismo Social es una concepción que debe ser transversal a toda práctica que se considere profesional y responsable. En ese sentido, no se refiere a una especialización como lo son por ejemplo el periodismo deportivo, el periodismo económico, el periodismo político, o el periodismo de espectáculos. Concibe la profesión desde una visión más democrática y abarcativa, y si hasta ahora fue la economía y la política el péndulo en el que oscilaron los ejes noticiosos, esta nueva mirada entiende que estos dos grandes campos “deben desarrollarse en función de las necesidades de los ciudadanos, ya que sobre ellos recaen los efectos de las decisiones y de la evolución de ambas” (Álvarez Díaz, 2013, p:19).

Es difícil encontrar una definición precisa sobre el Periodismo Social, los autores que han escrito del tema dan características y rasgos pero no los concentran en un concepto claro. Turati (2007), por ejemplo, lo define como el periodismo “que piden los lectores, en el que se ven reflejados los ciudadanos de a pie. (...) Nos preocupa lo que le pasa a la gente común, a la gente de a pie, a la que pocos buscan para entrevistar” (párrafos 6 y 8). Agrega, además que los temas “salen de la calle, de esas conversaciones con ciudadanos, de una mirada educada para detectar nuevas tendencias, de los descubrimientos de los monitores de las políticas públicas. No salen de las redacciones ni de las oficinas de gobierno” (párrafo 9) y marca así su distancia de las fuentes y prácticas tradicionales.

Alicia Cytrynblum tiene también un concepto horizontalista que manifiesta en su libro “Periodismo Social”; sin embargo, la definición que esboza en su desaparecida web www.periodismosocial.org es mucho más clara y compacta.

“es un periodismo que asume su responsabilidad en los procesos sociales, que reflexiona sobre su papel en el devenir social y se preocupa por la búsqueda de soluciones. El Periodismo Social se propone la articulación del eje social con los temas de la política y la economía en la agenda de los medios de comunicación” (Cytrynblum (s.f.) citada por Gallego Ayala et al, 2014, p.29).

No se puede pasar por alto que la autora argentina lo reconoce como una “disciplina” y por ello es entendible que posea reglas, métodos, y objetivos. En ese sentido, considera fundamental “colocar el eje social en igualdad de importancia con el tándem político-económico; brindar una visión más abarcativa de la sociedad con la incorporación de nuevas fuentes e investigar la búsqueda de soluciones”.

Es en esencia, lo que proponen Belda García *et.al.* (2007) al explicar que en este enfoque se da dimensión social a todas las informaciones (p. 42).

Este trabajo propone a continuación su propia definición a partir de los aportes de los autores citados:

El Periodismo Social es la disciplina transversal a todo quehacer periodístico que recopila o elabora información de cualquier ámbito desde una dimensión social. Se vale de una especial sensibilidad para descubrir lo que sucede en su entorno y lograr que esos hechos devengan en producciones que posean igual jerarquía e impacto que las noticias tradicionales. Con esto busca generar lazos entre la sociedad civil y los estratos políticos y económicos que permitan generar propuestas y soluciones a las problemáticas que aborda.

Mientras históricamente se ha perseguido de manera utópica la neutralidad e imparcialidad del periodismo, esta disciplina tira abajo este principio e invita al profesional a involucrarse. González (2013) ha sintetizado algunas de las características que distinguen al Periodismo Social de otras tendencias.

Tabla 4: Características distintivas del Periodismo Social

Tiene ideología	Está comprometido con el fortalecimiento democrático y, por tanto, con la búsqueda de una sociedad más igualitaria y con el desarrollo sostenible.
Promueve la acción de la comunidad	Pone al servicio del público todos los elementos que permitan la participación comunitaria en defensa de la democracia.
Asume una activa responsabilidad en el uso del lenguaje	Reconoce que el periodismo es creador de cultura y como tal puede colaborar o disminuir el establecimiento de prejuicios.
Difunde derechos	Entiende que el Periodismo Social tiene un papel formativo y de mejora del respeto social
Respeto las minorías	Valoriza su aporte y, ante el conflicto, les da lugar como fuente.
Respeto a la persona	El Periodismo Social se centra en el ser humano y, en cada uno de los casos, abarca en toda su dimensión el valor de la persona.

Fuente: Periodismo Social: la voz del tercer sector. Araceli Álvarez (2013, p.29).

2.3.1 Objetivos y funciones del Periodismo Social

Habiéndose definido la disciplina de estudio y siguiendo la línea de lo que manifiestan autores como Cytrynblum (2009) y Turati (2007), se puede afirmar que el objetivo central de la misma es la jerarquización del eje social, incorporándolo entre los temas de la prensa.

Este trabajo define como funciones fundamentales del Periodismo Social las siguientes:

- *Difundir derechos*: Más adelante se habla en mayor profundidad sobre la importancia del conocimiento de los Derechos Humanos para el ejercicio de esta disciplina, aunque aquí se quiere hacer hincapié en la especial

importancia que reviste la promoción de los mismos. No se trata sólo de presentar un tema como un derecho vulnerado, sino informar sobre los derechos para dotar a la sociedad de conocimientos sobre aquello que debe exigir y respetar.

- *Proponer soluciones:* “El periodismo social no se queda sólo en la denuncia sino que incluye en la cobertura la solución del problema” explica la desaparecida web “Periodismo Social” (s.f.) y explica que seguramente ya se ha experimentado alguna solución para aquello que estamos planteando, y es una buena opción también hablar de ello. Presentar alternativas representen una salida. “Sabemos que la denuncia debe de ir acompañado del anuncio de otra realidad posible. Y que lo posible es un campo del periodismo” (Turati, 2007, párrafo 12).

- *Promover a la acción:* No solo se busca el impacto efímero del lector. El Periodismo Social intenta generar una reflexión que impulse al ciudadano a actuar. Esa acción puede ser involucrarse para cambiar algún escenario; a presionar y exigir a los estamentos que les corresponda una solución; pero también puede ser correrse de una problemática que lo tiene como víctima.

- *Brindar servicios:* Dice “Periodismo Social” que “en cada nota (se) brinda los datos para que el lector se comunique directamente o amplíe información adicional en Internet o por medio de bibliografía” (s.f.). Es decir, se establece un puente para que el lector acceda y tenga contacto con aquello que se informa. Se le “facilitan” los medios para involucrarse.

- *Incorporar más fuentes:* el periodismo tradicional ha dado históricamente espacio al poder político y económico en sus páginas. Ha realizado un corte de la realidad en la que se dejaron de lado muchos actores sociales. El Periodismo Social, en cambio, se torna portavoz del ciudadano común, dándole a su testimonio la misma jerarquía que a las fuentes del primer y segundo sector.

2.3.2 Historia y antecedentes

Es difícil establecer cuando surgió este periodismo, pero un buen comienzo es estudiar el nacimiento de la sección de “sociedad” en los medios de comunicación,

entendiendo que fue el primer esbozo de fragmentación que incluyó los temas sociales. Según Gallego Ayala y Luengo Cruz (2014), “la denominación de “sociedad” (...) es relativamente nueva y de creación española. (...) La primera vez que vemos una sección con este título es en el diario El País, que la incluye desde su nacimiento en 1976” (p. 30).

Otro antecedente contemporáneo al diario español es el USA Today, que en 1982 incorporó el concepto de *periodismo de servicio* (o *service journalism* en inglés) replanteando así el enfoque tradicional de la información. El fenómeno fue replicándose por el mundo, pero llegó más tarde a América Latina, en la década del 90 siendo Brasil uno de los primeros casos en la región.

Figura 1: Primeros antecedentes de Periodismo Social en medios gráficos del mundo: El País (España) incorporó la sección “Sociedad” en 1976 y el USA Today (EEUU) en 1982



Fuente: Elaboración propia

En Argentina llegaría hacia finales de esta década y sería Alicia Cytrynblum la referente, cuyos estudios luego se propagaron hacia el mundo. Sin embargo el desarrollo de esta especialidad no es una sección en un diario, según se entiende hoy en día, y la configuración de sus características, funciones y buenas prácticas fue moldeándose al ritmo de diversos factores históricos en los que la política y la economía fueron detonantes.

Figura 2: Captura de pantalla de la desaparecida web www.periodismosocial.org.ar de Alicia Cytrynblum, primer medio social de Argentina



Fuente: recuperada a través de la herramienta Wayback Machine www.web.archive.org)

2.3.3 Los sectores de la escena social

Cuando se habla de esta disciplina, permanentemente se hace mención al “tercer sector”. Se trata de las “organizaciones sociales” o “sociedad civil”. Y si se habla de un “tercero”, sin dudas hay otros dos sectores que debemos definir también.

Cytrynblum (2009) explica que el Primer Sector de la escena social es el Estado y el Segundo Sector es el mercado; y estos son los que históricamente han ocupado el eje central de los contenidos de los medios (pp. 45-46). Sin embargo, con la caída de la última dictadura militar, una nueva fuerza comenzó a disputarse un espacio que los ciudadanos organizados necesitaban para romper con el esquema de poder mediático tradicional y dar lugar a nuevas voces, nuevos temas, nuevas formas de ver. Nace así el Tercer Sector.

Fueron las organizaciones sociales las que tomaron la cabecera y se hicieron un espacio entre los polos del poder mediático.

“Tercer Sector u Organizaciones de la Sociedad Civil son dos conceptos que pueden ser utilizados para englobar las acciones de la organizaciones sociales, también conocidas como organizaciones no gubernamentales (Ongs) o como organizaciones privadas sin fines de lucro (OPSFL)” (Cytrynblum, 2009, p. 45). Entre estas la autora enumera, “asociaciones civiles, fundaciones, mutuales, cooperativas, asambleas vecinales, organizaciones de piqueteros, centros comunitarios, organizaciones voluntarias y otras” (Cytrynblum, 2009, p. 44).

Se caracterizan, según Cytrynblum (2009) por ser voluntarias, sin fines lucrativos y tratar temas de interés público (lo que les valió la denominación de organizaciones de bien público). Y los ejes temáticos sobre los que operan suelen ser la educación, el desarrollo social, la cultural salud, servicios sociales, representación profesional y medio ambiente.

Explica Cytrynblum (2009) que “hasta 1989 las organizaciones sociales estaban imbuídas por la ideología de la caridad tradicional y el asistencialismo (...) (siempre alguien superior ayuda a alguien inferior en la emergencia) mientras que las organizaciones que nacieron después de 1989 tienen como meta el desarrollo social” (p. 42.).

Esto fue solo el surgimiento del sector social, que aún débil se sostuvo en pie como pudo entre las presiones de la política y la economía, y logró afianzarse cuando la corrupción que sumió al país en una profunda crisis entre los últimos años del siglo 20 e inicios del siglo 21 lo erigieron como fiscalizador de los derechos sociales vulnerados hasta ahora por la polaridad de poder entre Estado y Mercado. “Con la crisis de representación y de liderazgo que atraviesa toda la región, ninguna solución será efectiva o sustentable en la medida en que no se escuche la demanda social por una democracia más participativa” (Cytrynblum, 2009, p. 43).

Tabla 5: Sectores de la escena social

SOCIEDAD		
PRIMER SECTOR	SEGUNDO SECTOR	TERCER SECTOR
ESTADO	MERCADO	SOCIEDAD CIVIL ORGANIZADA (ONG'S)

Fuente: Elaboración propia

Cytrynblum (2009) resume el nacimiento del Tercer Sector como “el resultado de un proceso muy doloroso de casi 30 años que comenzó con el fracaso socialista de los setentas aplastados por las dictaduras militares que se instalaron en toda la región” (p: 36).

2.3.3.1 La irrupción del Tercer Sector en los medios de comunicación

La crisis que se desató en 2001, y se encrudeció con la caída del gobierno de Fernando De la Rúa fue el punto de inflexión que dio a este nuevo actor social el empujón para pelear por un espacio propio.

“Ante la crisis de las políticas neoliberales, la crisis de la democracia representativa y la crisis de credibilidad mediática a partir de 2001, la comunicación se torna necesaria para disputar nuevos sentidos y definiciones del orden social común. La aparición de nuevos actores socio- políticos (asambleas, piqueteros, ahorristas, cartoneros, cooperativas de trabajo en fábricas recuperadas, colectivos contraculturales y de contrainformación) conlleva la necesidad de disputar la visibilidad y los sentidos de la propia identidad y de las demandas para la presentación en el espacio público también mediático. El modo de organización y práctica política asamblearia, horizontal y no delegativa, implica la necesidad de articular prácticas en red con otros semejantes para construir poder “desde abajo”. Todo esto hace que las organizaciones sociales y políticas en general, además de los públicos / ciudadanos (o, en otros términos: la sociedad civil organizada colectivamente o los sujetos individuales desagregados), otorguen cada vez mayor relevancia a la cuestión comunicacional y la consideren inescindible de las disputas políticas” (Segura, 2014, p.118).

En un sondeo que Cytrynblum (2009) realiza entre los años 2005/2006 en diez diarios editados en Buenos Aires y que incorporan a las organizaciones sociales como fuente, advierte que la cobertura de sus acciones “se apoya casi con exclusividad en los aspectos más emocionales (...). El tratamiento (...) suele ser ingenuo y con poco rigor periodístico (...). Los protagonistas son siempre presentados como ángeles o modelos, que actúan en forma individual (...). Rara vez se destaca que la lógica de las organizaciones es comunitaria” (pp.54-55).

El Centro Nacional de Organizaciones de la Comunidad (CENOC) tiene registradas hasta Agosto de 2018 un total de 18080 (dieciocho mil ochenta) organizaciones civiles a lo largo y ancho del país del país. Esa cifra sin embargo es cuestionada por centros que estudian y coordinan acciones de la sociedad civil, y aseguran que no existen cifras ciertas, aunque ya en 2008 superaban las cien mil. Pueden ser muchísimas mas debido a que hay un sinfín que no se registraron

formalmente, pero a modo de guía, es un número que permite tener una noción del volumen de ONG's que buscan hacerse de un espacio de difusión en el universo de medios de comunicación.

Destaca Cytrynblum (2009) que en nuestro país, fue el diario La Nación el primero en dar un espacio semanal a estas organizaciones. Comenzó en 1997 y se mantiene en la actualidad (p: 559).

Se trata de la sección "Historias Solidarias" que puede leerse incluso en su versión online.

Lo que aclara Cytrynblum (2009) sobre la incorporación de noticias sociales en los medios más importantes del país es que "este esfuerzo no se traduce en las páginas principales y queda mayormente confinado a áreas específicas. (...) Las utilizan (a las noticias sociales) para alivianar o contrarrestar los contenidos 'mala onda' o 'densos' (...) y por lo tanto no son valoradas por sus posibilidades periodísticas" (p.55). al respecto, Marcela Turati (2007) explica: "Sabemos que los lectores están cansados de los problemas sociales porque parecen eternos y por el tono dramático y amargo con el que los periodistas lo presentamos" y explica que es por esto que

"buscamos romper con ese estigma y presentarlos de una manera inteligente, fresca, con datos provocadores y desmitificadores, con nuevas voces, una redacción ágil, moderna y hasta divertida, que deje atrás los clichés con los que se relata la pobreza y mueva a la reflexión" (párrafo 16).

El proceso iniciado en 2001 por las asociaciones civiles para salir de los espacios comunicativos alternativos y lograr insertarse en espacios públicos recobra impulso en 2010 cuando entró en vigencia la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, conocida como Ley de Medios. Esta contemplaba diversos espacios para estos grupos, como así también para otros colectivos minoritarios. Algunos de los puntos se cumplieron y otros quedaron en el camino, pero obtuvieron una visibilización que permitió que la dinámica no se detenga.

Explica Segura (2014) que al advertir el momento que se vivía, las organizaciones sociales buscaron de diversas formas un cambio en las reglas que dominaban el mundo de las comunicaciones (donde los grandes medios y el Estado concentran el poder). "Las propuestas de modificación de las reglas de juego que elaboran, tendrían como consecuencia, si lograsen éxito, la redefinición del poder relativo de los agentes que intervienen en este campo" (p:120). Agrega que ante este escenario, hubieron agentes sociales que optaron por estrategias adaptativas, y otros

que apuntaron a acciones más radicales como garantizarse espacios propios en la esfera pública (pp:120-121).

“Al cuestionar y reconfigurar los roles del comunicador, periodista o productor profesional, reconfiguran también el papel de los públicos” explica Segura (2014). Como resultado “el periodista y comunicador profesional pierden protagonismo y capacidad de acción, al tiempo que los gana el público, en una tendencia a la desintermediación” (p:122).

2.3.4 Los campos y áreas temáticas del Periodismo Social

El periodismo históricamente centró su interés en lo económico y lo político. Sin embargo la irrupción del Tercer Sector en el escenario mediático permitió ir ampliando la agenda e incorporar nuevos campos.

Desde Servimedia explican que el Periodismo Social “engloba y da cabida, como temática por excelencia, todas aquellas cuestiones que habitualmente se han englobado en las secciones de sociedad, pero que ahora amplía sus conceptos a cuestiones económicas, políticas y otras voces” (Belda García *et.al.*, 2007, p:41).

Los lectores se encuentran a menudo con medios de comunicación que poseen la sección de “sociedad” abarcando un sinfín de tópicos que parecen haber ido a parar allí porque no se enmarcaban en otras más específicas. Desde esta nueva perspectiva que estudiamos, el planteo es diferente, y lo “social” tiene una serie de ejes de trabajo delimitados. Varían según los autores, pero hay un hilo conductor en todos ellos: los Derechos Humanos.

Sobre este tema ahondan Cytrynblum y Cielo Salviolo (quién colaboró con la primera en el capítulo Periodismo y Derechos Humanos de “Periodismo Social, una nueva disciplina”). Al respecto, hablan de la necesidad de abordar el trabajo “desde un enfoque amplio de los derechos humanos, que pueda vincular temas como la pobreza, el acceso a la justicia, la violencia institucional, la educación, el trabajo, la salud o la inseguridad con el ejercicio de los derechos” (Cytrynblum, 2009, p: 122).. Se trata de comprender que detrás de cada problemática social, hay una persona o un colectivo humano con derechos vulnerados. “Esta mirada, a su vez, entiende que estos derechos pueden y deben ser exigidos al Estado, que tiene la obligación legal de protegerlos, respetarlos y garantizarlos, y también restituirlos cuando son vulnerados” (Cytrynblum, 2009, p:125).

2.3.4.1 Los temas del Periodismo Social y sugerencias para su abordaje

Discriminación: Cytrynblum (2007) explica que los periodistas trabajan en la construcción del imaginario social. Allí, donde se construyen o transforman los prejuicios, es donde el correcto uso del lenguaje marca la diferencia. En ese sentido, la autora propone “la no discriminación y la valoración de las diversidades a través del discurso periodístico” (p:118). Sugiere además algunas pautas para el tratamiento informativo:

- Evitar criminalizar la pobreza
- Siempre sumar a los protagonistas como fuentes informativas.
- Evitar los estereotipos discriminatorios, las personas pertenecientes a minorías sociales tienen voz y los periodistas podemos colaborar en que sea oída.
- Evitar el uso de genéricos étnicos en especial en temas policiales.
- Movilizar a la sociedad para denunciar la discriminación en los organismos pertinentes. (pp:118-119).

Racismo, xenofobia y homofobia: García Belda et.al.(2007) hacen hincapié en la importancia de separar estos términos que muchas veces se usan como sinónimo erróneamente (p:55). Así diferencian:

Racismo: exacerbación del sentido racial de un grupo étnico, especialmente cuando convive con otro u otros. Doctrina antropológica o política basada en este sentimiento y que en ocasiones ha motivado la persecución de un grupo étnico considerado como inferior.

Xenofobia: odio, repugnancia u hostilidad hacia los extranjeros.

Finalmente Servimedia define al homófobo como la persona “que siente aversión hacia los homosexuales”; y recuerda que la homosexualidad no debe considerarse una enfermedad. (García Belda *et.al.*, 2007, p:55).

Infancia y adolescencia: Lo primero que delimita Servimedia es el criterio de edad para hablar de menores. Así, aclaran que “un menor va desde un recién nacido hasta

un joven de 18 años. Desde el primer año de edad hasta los 12 serán niños/as y, entre los 13 y los 18, jóvenes o adolescentes” (Belda García et.al., 2007, pp:60-61).

Para trabajar sobre este tema, es imprescindible concebir al niño y adolescente como persona. Están además dotados de derechos y son merecedores de respeto en una dimensión idéntica a los adultos.

Dice Cytrynblum (2009) que lo fundamental para abordar temáticas vinculadas a la niñez y la adolescencia, es conocer todos los documentos (leyes, tratados, convenciones, etc) referidos a este tema. Es oportuno recordar que el Periodismo Social entiende que donde hay una problemática, hay un derecho vulnerado, y sugiere en estos casos “indicar en las notas los artículos de la Convención de los Derechos del Niño que son vulnerados” (p:155). Entre las sugerencias para el tratamiento informativo se puede mencionar:

- Considerar una prioridad la protección de niñas y niños. (...) En cada cobertura señalar el cumplimiento o incumplimiento de los derechos de los niños por parte de los funcionarios o empresas y en lo posible incluir la búsqueda de soluciones.
- Se debe evitar mostrar fotos o revelar informaciones o datos que permitan identificar a un niño que ha sido víctima o agente de violencia, porque vulnera sus derechos a la intimidad y privacidad y puede exponerlo a mayores riesgos.
- Es importante que cuando se trata el abuso o la explotación sexual infantil se evite ilustrar la nota periodística con imágenes que tengan connotaciones sexuales o que den la impresión de que, de algún modo, el niño o niña ha consentido la situación. (p:155).

Javier Fernández Arribas y Miriam Noblejas (citados por Gallego Ayala *et.al.*, 2014) sugieren una serie de pautas para dotar a los periodistas con perspectiva social de herramienta que permitan abordar información vinculada a hechos de violencia infantil apropiadamente. Parten del consejo de pensar la información como si fueran el niño que la protagoniza, o bien, como si ese niño fuera su hijo. Desde esa visión empática, recomiendan “extremar los principios profesionales más básicos de veracidad, contraste de fuentes, rigor, imparcialidad, transparencia y responsabilidad”. También la correcta contextualización de los hechos, consultando a especialistas que puedan ahondar en causas y efectos, evitando que cada caso se tome como un hecho aislado y sin importancia. Y recomiendan, también, “que el foco informativo recaiga en

el agresor y no en la víctima. Este enfoque hacia el agresor reta al periodista a desviar la atención de la víctima y su entorno para dirigirla hacia el entorno del culpable” (p:177).

Finalmente en cuanto al uso del lenguaje, Cytrynblum (2009) sugiere evitar algunos términos. Así, recomienda:

Tabla 6. Sugerencia de términos a emplear al abordar temáticas infantiles

Chicos en situación de calle Chicos en situación de vulnerabilidad	En lugar de	Chicos de la calle
Explotación sexual infantil	En lugar de	Prostitución infantil
Explotación laboral infantil	En lugar de	Trabajo infantil

Fuente: Periodismo social. Una nueva disciplina (Cytrynblum, 2009)

Pobreza: Cytrynblum (2009) recomienda comprender, antes que nada que:

“el concepto de pobreza, antes de definir un grupo socioeconómico define los derechos de los que ese grupo ha sido privado. Son inmensas legiones de personas a quienes se ha vulnerado su acceso al trabajo digno, a la salud, a la educación, y a la vivienda entre otros derechos. Es decir, la persona pobre es una víctima del sistema económico, nunca un victimario” (p:167).

Como el Periodismo Social no se detiene en la presentación de problemas, sino que además profundiza en la búsqueda de causas y propuesta de salidas, en esta temática particularmente se sugiere revelar los originantes políticos y económicos. Y en la investigación de soluciones dar a conocer todo lo vinculado de economía social, buscar casos de éxito de poblaciones que haya conseguido superarse, y conocer el trabajo que se llevó a cabo en países que hayan logrado disminuir sus índices de pobreza. Pero además la autora considera importante determinar si el problema que se presenta “es la extrema pobreza o la extrema riqueza, es decir la inequidad” (Cytrynblum, 2009, p:167).

Otras recomendaciones que da la autora son:

- Sumar a los protagonistas como fuentes.
- No presentar a la pobreza como un mero dato estadístico. Contar historias o casos que humanicen el dato.

- Respetar la intimidad de la persona, no espectacularizar los casos.
- Si hacemos una entrevista, generar un clima amigable, dar a conocer porqué se lo entrevista.
- Lenguaje: evitar la palabra “pobre” y reemplazarla por el término “persona en situación de pobreza”. Evitar el uso de “humilde” (en tanto la humildad es una elección, la pobreza no. Usar “bajos recursos económicos” y no “bajos recursos”. No utilizar los términos “carente o necesitado”. (Cyntrynblum, 2009, pp:168-169).

Mujer, género y sexismo: Dice Suarez García et.al. (2007), que “cada vez son más las y los periodistas que no quieren incurrir en sesgos sexistas en la elaboración de sus informaciones”. El cambio de mentalidad de esta época, acompañado por los avances en políticas de género que se consiguieron en la última década va generando un mayor estado de conciencia en lo profesionales de la comunicación, que buscan informar desde una nueva perspectiva.

A pesar de ello, Cyntrynblum (2009) indica que la ideología del patriarcado subyace en el abordaje de los temas de género (p: 175). Para ella, los medios reflejan “una imagen poco real de las mujeres y de los hombres que propaga estereotipos discriminatorios y con la utilización de un lenguaje sexista” (p:176). “En las coberturas de sigue dando a las mujeres ‘por naturaleza’ las tareas de reproducción y educación y a los hombres las de sostén familiar” (Cyntrynblum, 2009, p:176).

No se trata solo de dar a la mujer un lugar distinto al que se ha instalado desde la ideología del patriarcado, sino también resignificar el rol del hombre.

Algunas recomendaciones de Suárez García *et.al.* (2007) para trabajar en este cambio son:

- Incrementar las informaciones y las imágenes de mujeres protagonistas en el ámbito público. Se ha naturalizado la prevalencia de los hombres en las posiciones de poder de la vida pública, sin embargo “todos los estudios coinciden en señalar que son muchas más las mujeres que ejercen diferentes tipos de actividades en el ámbito público que las que reflejan los contenidos de los medios”.
- Incrementar las informaciones y las imágenes de hombres protagonistas en el ámbito privado para lograr una renovada visión sobre la implicación de ambos géneros en las tareas del hogar.

- Evitar la utilización del masculino como término genérico, utilizar voces no marcadas como “personas”, “seres humanos” y, cuando sea posible, usar el género epiceno (la ciudadanía, el electorado...). También pueden citarse ambos géneros cuando no encontremos otras soluciones: Asociaciones de madres y padres, los niños y niñas, etcétera.
- Evitar cualquier tipo de tratamiento informativo que atente a la dignidad de las mujeres. Suárez García *et.al.* (2007) apunta que hay una recurrencia en el uso de observaciones sobre el cuerpo o aspecto físico de la mujer que debe ser evitado.
- Recurrir a voces expertas femeninas y masculinas con igualdad, de modo de buscar una paridad en las fuentes expertas y referenciales.
- Incorporar la perspectiva de género a la información, trabajando las informaciones con un enfoque más igualitario. (Suárez García *et.al.*, 2007, pp: 25-28).

Cytrynblum (2009) agrega las siguientes:

- Uso del femenino en las carreras, profesiones, oficios y titulaciones.
- Uso del apellido de la mujer siempre que la entrevistada lo prefiera, al igual que se lo hace con los hombres.
- Evitar el distintivo señora/señorita como indicativo de la mujer en relación a su estado civil. Se recomienda el uso de señora para la mujer y señor para el hombre.
- En casos de abuso sexual, ser cuidadoso y evitar detalles que sugieran responsabilidad de la víctima, como ser detalles de la ropa o hábitos de la persona abusada.
- Evitar la explicitación de la elección sexual de la persona cuando tal información no tiene relevancia. (pp: 186-188).

Violencia contra la mujer: Dada la magnitud que tiene esta problemática en la sociedad, Cytrynblum establece ciertas recomendaciones para el abordaje desde el enfoque del Periodismo Social. La principal supone la capacitación del periodista, de modo que incorpore con conocimiento términos como sexismo; género; ciclos de la violencia contra la mujer; femicidio. Asimismo se desaconseja el uso del término “crimen pasional”, ya que saca el foco de responsabilidad del victimario y lo coloca en la víctima.

“Se propone tratar estos crímenes como a los demás sin los condimentos espectacularizantes” dice Cytrynblum (2009, p:183). Otro término desaconsejado es “violencia doméstica”. Al respecto, dice Suárez García et.al. (2007) que los más apropiados son “violencia de género”, “violencia machista” o “violencia de los hombres contra las mujeres” (p:27).

Como servicio, se sugiere incorporar en los medios una suerte de guía donde se indique los lugares a los que se puede acudir en estos casos (violencia de género, abuso sexual, violaciones, discriminación laboral, etc).

“Otro de los servicios fundamentales que propone el Periodismo Social es la difusión de los derechos de las mujeres pero también de las personas que tienen diferentes orientaciones sexuales” (Cytrynblum, 2009, p: 183). Ello abarca desde como los deben tratar en instituciones públicas (policía, escuelas, hospitales), hasta cómo proceder ante situaciones de maltrato, abusos, etc.

Medio ambiente: El medio ambiente es un tema que está en la agenda del estado, las empresas y la sociedad civil. Es por eso importante saber interpretar que nos quieren decir cuando nos mencionan términos vinculados a este tema los diferentes actores sociales. Claramente, no todos tendrán el mismo interés, ni perseguirán los mismos objetivos. “El papel de los medios de comunicación (...) resulta esencial para el desenmascaramiento de dichos intereses para poder acercar “la verdad” a una audiencia cada vez más dependiente de las opiniones y los hechos que le transmitan desde las tribunas mediáticas” (Suárez García et.al., 2007, p:31). En esa línea de sugerencia, las recomendaciones de estos autores para los periodistas son:

- Contribuir a que los temas relacionados con el medio ambiente consigan un espacio propio en los medios de comunicación. Esto es una sección especial, que de noción de la importancia del tema y lo separe del conglomerado “sociedad”. Generalmente se habla de esto en noticias cuando ha ocurrido un inconveniente.
- Recurrir al reportaje para tratar informaciones medioambientales. La riqueza de detalles y capacidad de llamado a la reflexión que tiene este género lo hace altamente aplicable para estos temas.
- Evitar proyectar una imagen amenazadora de la naturaleza. Solo se habla de la naturaleza cuando hay noticias negativas al respecto.

- Abordar problemas ambientales cuyas consecuencias sufriremos en el futuro.
- Dotar de mayor protagonismo a los problemas estructurales que a los hechos puntuales. Hablar de las causas de los problemas medioambientales y la responsabilidad que tenemos en ellas, más que de los efectos como si fueran fenómenos incausados.
- Dar mayor cabida a colectivos que tengan una visión crítica en torno a asuntos relacionados con el Medio Ambiente, y así evitar confundir información con propaganda.
- Transmitir la idea de que los problemas de la Naturaleza son problemas de la Humanidad
- Evitar la difusión de la imagen frívola de “lo verde”. Diferenciar las estrategias de imagen que usan las empresas aprovechando esta ola de consumo que prefiere lo “respetoso con el medio ambiente”. Promover la idea de “deberíamos vivir con menos para vivir mejor”.
- Transmitir un mensaje esperanzador y concienciador. Dar a conocer la verdad de las problemáticas medioambientales para fomentar acciones que eviten la degradación del planeta. (Suárez García *et.al.*, 2007, pp: 31-36).

Las empresas y los medios: Sostiene Cytrynblum (2009) que “la cobertura de las actividades de las empresas es el área de mayor tensión y complejidad de todas las que deben enfrentar los periodistas y los medios”. No es para menos: las empresas caminan entre una delgada línea que mezcla el voluntarismo, la responsabilidad social, asistencia social con publicidad. La comunidad cuestiona muchas veces las intenciones que tienen las empresas detrás de estas acciones, y los medios que no quieren comprometer su credibilidad. En este, Cytrynblum (2009) explica que las empresas suelen llevar a cabo estas acciones siempre en colaboración o beneficio de ONG’s, por lo tanto se sugiere una cobertura pluralista, en este caso sería sumar como fuente a las organizaciones. “Una nota sobre este tema nunca puede conformarse con la fuente empresarial. Es necesario completar la cobertura con alguna organización que confirme o niegue a la empresa y libere al periodista de toda sospecha de corrupción” (Cytrynblum, 2009, p: 193).

Se sugiere al respecto saber diferenciar acciones filantrópicas o de marketing con responsabilidad social empresaria (RSE).

“Como un modo de justicia: se trata de no dar el mismo tratamiento a una empresa que realiza acciones para la comunidad que a otra que responda a los difíciles requerimientos de la responsabilidad social, o peor aún a una empresa que apenas realizó una acción aislada” (Cytrynblum, 2009, p: 195).

Discapacidad: A pesar de la existencia de una gran cantidad de documentos sobre buenas prácticas, recomendaciones e iniciativas de autorregulación, para Gallego Ayala et.al. (2014) “la discapacidad se presta todavía a prejuicios, tabús e incluso expresiones ofensivas, de ahí que las recomendaciones se dirijan a evitarlos” (p:176).

Es importante dar prevalencia a la persona por sobre la condición de discapacidad. No hablamos de discapacitados, sino de personas con discapacidad. El Periodismo Social siempre concibe primeramente a la persona, y luego a sus circunstancias. Estas abarcan un abanico de situaciones. “Todas ellas se enfrentan a barreras diferentes, han de superarse de maneras diferentes y se deben cubrir de manera diferente” (Cytrynblum, 2009, p:201). No estamos frente a un grupo homogéneo de personas.

El Programa de Acción Mundial prevé para cada grupo medidas de acción como la prevención, rehabilitación y equiparación de oportunidades; y para Cytrynblum (2009) el periodismo puede colaborar en el éxito de las mismas (p:202). También Cytrynblum (2007) sugiere la difusión de los derechos de la personas con discapacidad “a toda la sociedad y también al mismo colectivo de personas con discapacidad que (...) por tratarse de un grupo vulnerable y como tal, con poco acceso a la información, tal vez pueda no estar al tanto de sus derechos” (p: 202).

Servimedia propone

“evitar el uso de términos que en sí mismos llevan una apreciación negativa de la discapacidad, que termina proyectándose a la persona. Por ejemplo, hay que abstenerse de hacer uso de verbos como "padecer", "sufrir", "aquejar", referidos a la discapacidad; es preferible optar por palabras neutras como presentar, tener, manifestar, concurrir, etcétera, que no prejuzgan el hecho de tener una discapacidad” (Belda García *et.al.*, 2007, p: 46).

En cuanto a enfermedades mentales se opta por el uso de la expresión persona con enfermedad mental y/o intelectual o persona con problemas de salud mental y a las

personas que presentan acondroplasia o enanismo óseo se les llama personas de talla baja. Antes estas sugerencias Cytrynblum sugiere el empleo de los siguientes términos:

Tabla 7. Uso del lenguaje en abordaje de la discapacidad

Expresión incorrecta	Expresión correcta
Defecto de nacimiento	Discapacidad congénita
Ciego (el)	Persona con discapacidad visual
Semividente	Persona con baja visión
Confinado a una silla de ruedas	Persona usuaria de una silla de ruedas
Mutilado (el)	Persona con amputación
Tullido (el)	Persona con discapacidad de funcionalidad
Rengo (el)	Persona con movilidad reducida
Sordo (el)	Persona con discapacidad auditiva. Cuando se hace referencia la población sorda y a su cultura es aceptable usar "sordo".
Sordomudo	Persona sorda
Mudo	Persona con discapacidad del habla
Hipoacúsico (el)	Persona hipoacúsica (estas personas no son sordas, pueden compensar su pérdida auditiva con un sistema o mecanismo de amplificación)
Epiléptico (el)	Persona con epilepsia.
Insano, demente, loco, lunático, maniático (el)	Paciente mental, enfermo mental
Neurótico (el)	Persona con neurosis
Esquizofrénico (el)	Persona con esquizofrenia
Inválido	Persona con discapacidad física
Retardado mental	Persona con discapacidad intelectual
La condición de discapacidad que involucra a una persona no debe ser objeto de símiles que refuercen rechazo u otros valores excluyentes.	
Niño que padece	Niño con discapacidad (especificarla)

Paciente	Persona con discapacidad (se especifica cuál) a menos a que la relación a la que se refiera sea entre un médico y un su cliente.
Espástico	Persona con espasmos
Sufre de, afectado de, afligido por, golpeado por	Persona con discapacidad (se especifica cuál)
Víctima de parálisis cerebral	Persona con parálisis cerebral
Minúsválido (el)	Persona con discapacidad física
Víctima	Persona que experimentó (se especifica)
Aquejado por	Persona que tiene...
Animoso, valiente, inspirado y otras palabras similares que se utilizan en forma rutinaria para describir a una persona con discapacidad	La adaptación a una discapacidad no incluye necesariamente estos tratamientos.

Fuente: Cytrynblum, (2007)

Finalmente, en la cobertura Cytrynblum (2009) recomienda la presencia de la persona con discapacidad (por su propia vivencia); los profesionales en el tema (por su interés y competencia) y las ONG que representan los derechos de este colectivo (p:206).

Inmigración: “La presencia en nuestra sociedad de personas llegadas de otros países, pone de manifiesto una nueva realidad social y una nueva ciudadanía” (Suarez García et.al., 2007, p:39). Se habla de la inmigración.

“El fenómeno migratorio ha generado buena parte de las informaciones que dañan el principio de la no discriminación” sostiene Gallego Ayala (2014, p:173), y Servimedia explica que esto se debe a que “el inmigrante o persona inmigrante es aún visto como un problema, en muchos casos de seguridad ciudadana” (Belda García et.al, 2007, p:51). Esto muchas veces es alimentado incluso por la esfera política que plantea discursos distintivos de ciudadanos. Desde el Periodismo Social se reconoce la igualdad de todos los ciudadanos sin distinción de su origen, y se recomienda en el tratamiento de informaciones referidas a este tema lo siguiente:

- No hacer de la categoría “inmigrante” una especie de cárcel de la que no puedan escapar quienes han venido de fuera para vivir en nuestra sociedad.
- No convertir a las personas inmigrantes en representantes de los colectivos a los que pertenezcan. Se debe entender y atender a la individualidad.
- Evitar la criminalización al informar de sucesos.
- La terminología utilizada ha de evitar reforzar estereotipos negativos.
- Contrastar y diversificar las fuentes informativas. No utilizar solo fuentes oficiales para hablar del fenómeno, y dar voces a sus protagonistas.
- No hacer de la inmigración una amenaza.
- Tratar al Menor, aunque sea extranjero, como menor. (Suárez García *et.al.*, 2007, pp:40-42).

2.4 Caso de estudio: *El Tucumano*

En el ciberespacio de la provincia de Tucumán conviven un número importante de medios informativos, entre los que se destacan La Gaceta, Contexto y *El Tucumano*.

De ellos, *El Tucumano* es el único medio nativo digital; es decir, que nació (el 24 de noviembre de 2016) exclusivamente como un medio web, sin soporte o antecedente en otro formato.

Figura 3: Una de las primeras planas de *El Tucumano*



Fuente: <https://web.archive.org/web/20161208110322/http://www.eltucumano.com/>. Fecha de acceso 30/04/2019

Distinto es el caso de La Gaceta, que tiene su versión en papel incluso muchísimo antes de su aparición en internet (se fundó en 1912). Similar es el caso de Contexto, que nació en 1997 como una revista de noticias y novedades del sector empresario y emprendedor local; y luego devino en un portal de noticias.

Habiendo sido imposible conseguir métricas oficiales del staff de *El Tucumano*, se recurrió a herramientas de medición web. Estas permitieron establecer que si se comparan las cantidades de visitas entre diciembre de 2018 y mayo de 2019 *El Tucumano* tiene menos del 10% en comparación con La Gaceta. Además, de las tres contempladas, *El Tucumano* es la web que se encuentra más abajo en el ranking de páginas a nivel mundial y nacional. Lo mismo se observa en el ranking de la categoría Noticias y Medios.

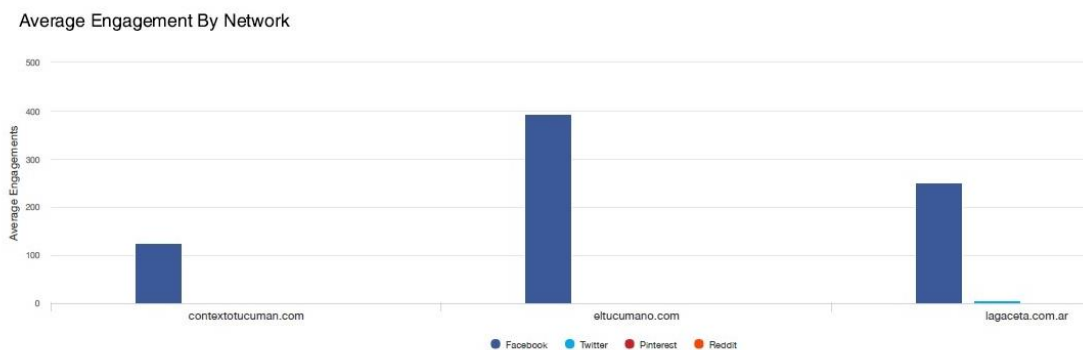
Tabla 7: Métrica de principales medios web tucumanos

	www.lagaceta.com.ar	www.eltucumano.com	www.contexto.com.ar
Visitas en los últimos seis meses ⁶	7.26M	695.82K	3.76M
Ubicación en ranking mundial web	10109	88707	14842
Ubicación en ranking nacional web	102	1200	178
Ubicación en categoría Noticias y Medios	1108	7191	1543

Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de www.similarwe.com

Sí se obtuvieron en cambio datos la participación de los lectores a través de las redes sociales del medio. En un artículo informan que “eltucumano.com posee el mayor grado de compromiso (*engagement*) de lectores en las redes sociales de Tucumán” (“En las redes sociales tucumanas, los lectores prefieren eltucumano.com”, 2018) y lo representa en el siguiente gráfico:

Figura 4: Métricas de engagement en redes sociales de principales webs informativas tucumanas



Fuente: Recuperado de “En las redes sociales tucumanas, los lectores prefieren eltucumano.com”, 2018

Cabe aclarar que tratándose de un análisis privado del medio, tomó como parámetro a La Gaceta y Contexto.

Tabla 8: Ficha técnica de *El Tucumano*

El Tucumano
Web: https://www.eltucumano.com
Fanpage: https://www.facebook.com/eltucumanoOK/
Twitter: https://twitter.com/eltucumano_ok
Instagram: https://twitter.com/eltucumano_ok
Youtube: https://www.youtube.com/channel/UCZ5m5Pu2ysbLgWosT14eaVA

Fuente: Elaboración propia

⁶ Período diciembre 2018 a mayo 2019.

3. RESULTADOS

3. Resultados

Este trabajo se propuso identificar, analizar y describir las manifestaciones de las producciones de Periodismo Social en un diario digital de Tucumán. Para ello se realizó un análisis de todas las publicaciones de *El Tucumano* entre el 1° de enero de 2019 y el 31 de marzo de 2019.

A partir del análisis de 1674 artículos de todas las secciones del diario se seleccionaron aquellos redactados con criterios de Periodismo Social. Se encontró un total de 89, los que fueron sometidos a un análisis para determinar características y funciones del Periodismo Social en cada publicación, cumplimiento de criterio de redacción digital y las reacciones del público a cada publicación en la red social que más utiliza el diario, que es Facebook.

A lo largo de este capítulo se presentan seis apartados. En el primero se conocerá la historia y características de *El Tucumano*, su producción y las particularidades de los meses elegidos para la toma de la muestra.

En el segundo apartado, se estudian inicialmente todas las notas publicadas el primer trimestre de 2019 para poder determinar a partir de un análisis de su contenido si se cumple el primer objetivo, que plantea *analizar la transversalidad de los criterios del Periodismo Social en las producciones de El Tucumano*. También se comparó como se repartieron las notas de Periodismo Social en los tres meses estudiados; que cantidad de las mismas se distribuyeron en las secciones del diario analizadas, como así también qué importancia se dio dentro de cada sección al Periodismo Social, analizando caso por caso la proporción que ocuparon.

En el apartado que le sigue se detalla cómo se hizo para *identificar las áreas especializadas del Periodismo Social que se abordan en El Tucumano* y se fue detallando nota por nota cuáles se encontraban en su contenido. Así se las pudo individualizar, y estudiar como esos temas se repartieron según sección.

El cuarto apartado muestra cuales fueron las funciones del Periodismo Social que más se encuentran en las notas de *El Tucumano*. Esto se logró mediante la Tabla 1⁷ con el que se estudiaron las notas de la muestra, se listaron las funciones del Periodismo Social que esta investigación consideró más distintivas. Y se fueron detectando caso por caso las más frecuentes de modo de *describir el identificar las funciones que se cumplen en el tratamiento de los artículos de El Tucumano*, que es el

⁷ Ver capítulo 1.9

cometido del tercer objetivo. También se estudiaron cuáles fueron las funciones más presentes, y como incidían caso por caso sobre el total de artículos estudiados.

Atento a que el Periodismo Social se vale de fuentes características, en el quinto apartado se clasificaron las notas según sus orígenes para analizar las fuentes informativas que utiliza *El Tucumano* para la producción de contenidos sociales.

Finalmente, en el apartado final, al tratarse *El Tucumano* de un medio informativo del ciberespacio, se analizó y determinó si las noticias sociales de la muestra se adaptaron a los criterios del periodismo digital, tal como lo plantea el último objetivo de la presente investigación.

3.1 Características de El Tucumano y su *periodismo de más acá*

Un análisis de *El Tucumano* permite caracterizarlo como un medio informativo digital nativo, hiperlocalista, con pocos años en el ciberespacio y características singulares en su estructura informativa.

Nació a mediados de 2016 en la provincia de Tucumán cuando se convoca a un grupo de periodistas jóvenes bajo la premisa de crear un diario con una mirada y temas diferentes. Dice Ana Nores, secretaria de redacción, que la propuesta fue *crear el diario que nos gustaría leer*, y así se pusieron manos a la obra para poner en la web oficialmente la primera edición el 24 de noviembre de ese mismo año.

Si es analizado desde la clasificación que propone Igarza (2008) sobre los nuevos medios, se lo puede categorizar como un *medio nativo*, sin antecedentes offline y pensado para que sus contenidos sean difundidos interactivamente en línea. Desde el medio aclaran que es un proyecto periodístico en el que en ningún momento se pensó en el papel, y que el objetivo es explorar todas las posibilidades que ofrece el periodismo digital.

El estilo de *El Tucumano* tiene una fuerte impronta hiperlocal, y al respecto Nores explica que se permiten *jugar con la tucumanidad, superando las grietas que tenemos como sociedad y aferrándonos a aquello que nos une y caracteriza*. Este tipo de periodismo es una tendencia a nivel mundial, y se caracteriza por un “interés genuino en los habitantes de cada zona geográfica, la cercanía y exposición de los problemas cotidianos para hallar más rápido una solución y la difusión de la cultura y entretenimiento local” (Roitberg y Piccato, 2015, p: 54).

En cuanto a sus contenidos, cabe aclarar que solo se trabaja con noticias locales, y algunas informaciones nacionales pero desde un abordaje local. *El Tucumano* busca desafiar la agenda que históricamente fue establecida por otros medios de comunicación, y abrir espacio a nuevos temas como género, ecología, servicios, vida urbana, cultura, personajes locales (actores sociales anónimos cuyas historias constituyen aportes importantes al conjunto social), etc. *Nos interesa que nuestros periodistas estén entre la gente y sepan escucharla*, dicen. De allí se toman los temas a abordarse en cada edición constituyendo una agenda propia.

“Periodistas profesionales apasionados con su trabajo, interesados por su ciudad y ciudadanos con ganas de mejorar el lugar donde viven forman la piedra basal de un hiperlocal” dicen Roitberg y Piccato (2015, p: 56). Por ello *El Tucumano* formó un equipo con profesionales que ya habían tenido experiencia en grandes medios locales, como por ejemplo La Gaceta. Este equipo, según Nores, además de estar a la altura de los desafíos del periodismo digital, se vale de las redes sociales, las cuales cumplieron un rol fundamental en la instalación de la marca a nivel local.

Facebook fue la plataforma que se eligió inicialmente para dar mayor difusión al medio. Inicialmente con campañas publicitarias a través de las cuales fueron compartiendo contenido que a través de la viralización fue conquistando seguidores, hasta convertirse, en el medio informativo con mayor actividad virtual en Facebook⁸, a pesar de tener una trayectoria corta (menos de tres años) si se compara con el tiempo que llevan en la web el resto de medios informativos digitales de Tucumán.

El trabajo se divide en tres grandes áreas: redacción, audiovisual, redes sociales. Cada una de ellas tiene una persona responsable con un equipo de trabajo a su cargo. Se busca coordinar y mantener un relato uniforme de contenidos y estilo en las diferentes plataformas del diario (redacción, audiovisual, TV y redes sociales).

Los contenidos del *El Tucumano* se dividen entre lo escrito y lo audiovisual, con una fuerte identidad estética y contenidos que abordan la actualidad y lo social. Además durante 2017 tuvieron un espacio semanal en Canal 8 (TV abierta, actualmente Telefó Tucumán) en el que simplemente replicaban lo mejor de sus producciones audiovisuales.

El Tucumano cuenta con seis secciones:

- Agenda: se alistan todos los eventos vinculados al arte, música, eventos, cine y teatro que tendrán lugar en la provincia.

⁸ Ver capítulo 2.4 *Caso de estudio: El Tucumano*

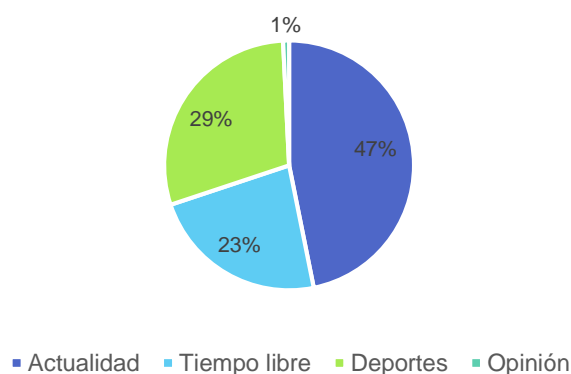
- Videos: al ingresar a esta sección automáticamente redirecciona al lector a la fanpage de Facebook donde se cargan las producciones audiovisuales. Cuentan con secciones dentro de este eje como “Por los barrios”, “En la silla”, “Marcas y servicios”, “De bolsillo”, “Entrevistas”, “Qué belleza” y “Por los clubes”.
- Actualidad: al igual que en otros medios sucede con la sección sociedad, aquí se vierten las informaciones y noticias de importancia. Es el grueso de la producción del diario.
- Tiempo libre: también replica eventos actividades de la agenda local, pero con información más acabada y notas informativas al respecto.
- Deportes: acontecer deportivo local.
- Opinión: columnistas propios e invitados.

Una característica particular de *El Tucumano* es que no trabajan informaciones policiales ni de farándula porque entienden que el lector puede acceder a ese tipo de información en otros medios. Solo se abordan temáticas policiales cuando un caso trasciende el la crónica policial (valga la redundancia) y se convierte en revelador de una problemática social mayor.

Posee una estructura formal, una redacción constituida con su propio espacio físico, lo que los diferencia de un gran número de publicaciones digitales donde se trabaja de manera itinerante y sin una organización definida.

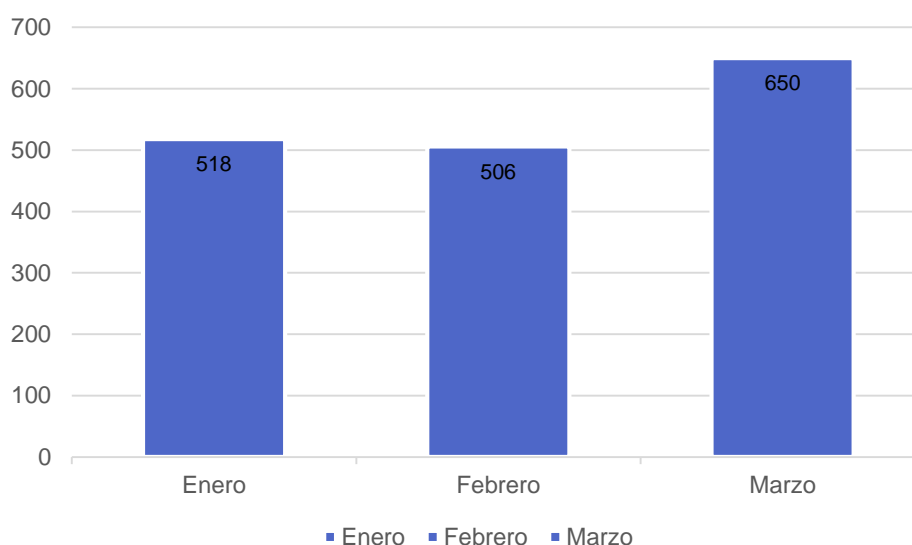
Considerando las secciones previamente mencionadas, durante los meses de enero, febrero y marzo de 2019 se publicaron 1674 artículos, de los cuales el 47% correspondió a la sección Actualidad (n=784); el 29% correspondió a Deportes (n=491), el 23% a Tiempo Libre (n=386), y el 1% restante a Opinión (n=13) (*Figura 1*).

Figura 1: Distribución general de las notas publicadas según sección (n=1674)



La Figura 2 presenta como se distribuyeron las notas analizadas. El 31% se publicaron en enero; el 30% en febrero y el 39% en marzo. Se advierte un incremento aproximado al 30% en la cifra del mes de marzo con respecto a los dos primeros meses del año.

Figura 2: Distribución general de las notas publicadas según mes (n=1674)

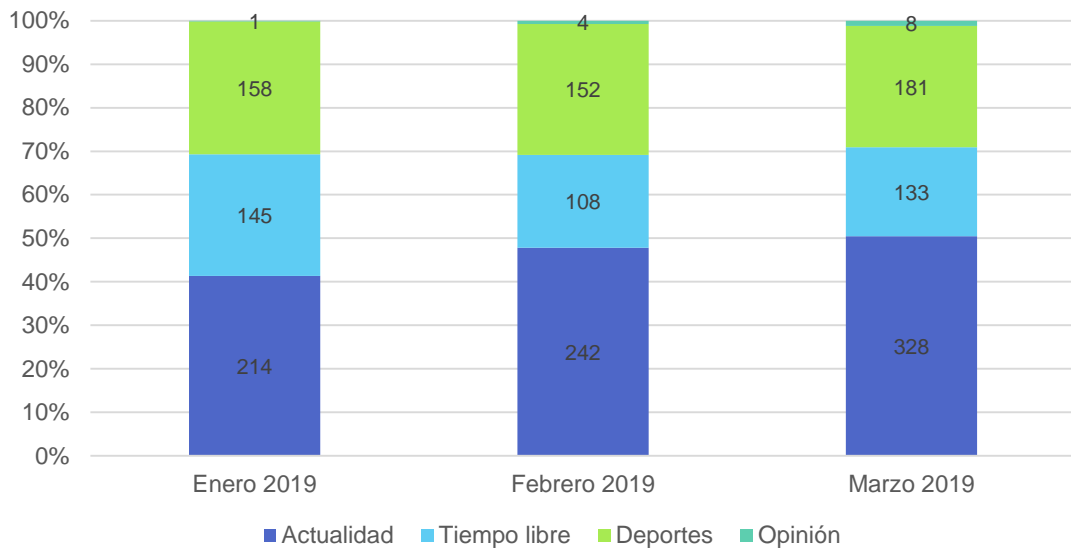


La Figura 3 presenta la distribución de notas en las distintas secciones mes por mes. Así se puede advertir que actualidad abarca la mayor cantidad de notas a lo largo de los tres meses analizados.

Sin embargo, si se compara el volumen de esa sección en enero y marzo, se advierte que en el primer mes llegaba aproximadamente al 40% de las producciones, mientras que en marzo esa cifra se eleva al 50% aproximado. Ese 10% de diferencia, en enero esta absorbido por la sección Tiempo Libre, que presenta más notas en el primer mes del año que en marzo. “Opinión” es la sección menos representativa en volumen en los tres meses, aunque entre febrero y marzo se duplica su cantidad de notas.

Deportes mantiene a lo largo de los tres meses estudiados una cantidad similar de publicaciones.

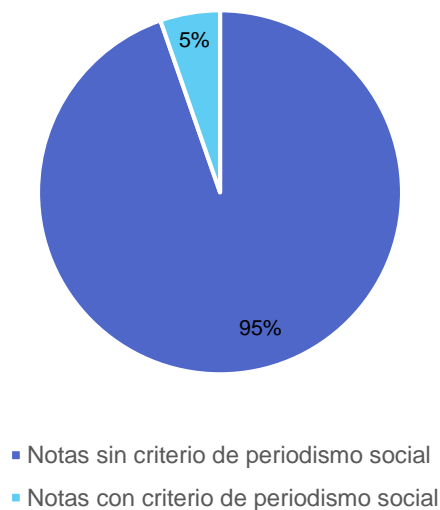
Figura 3: Distribución mensual de las notas publicadas según sección (n=1674)



3.2 Periodismo Social en *El Tucumano*

Solo el 5% de las publicaciones de la producción en el periodo analizado posee criterios de Periodismo Social. Si se tiene en cuenta el primer objetivo de este trabajo, la totalidad de la producción del medio no se encuentra dentro de los criterios considerados por este trabajo para definir transversalidad del Periodismo Social.

Figura 4: Porcentaje de notas de Periodismo Social sobre el total de publicaciones analizadas (n=1674)

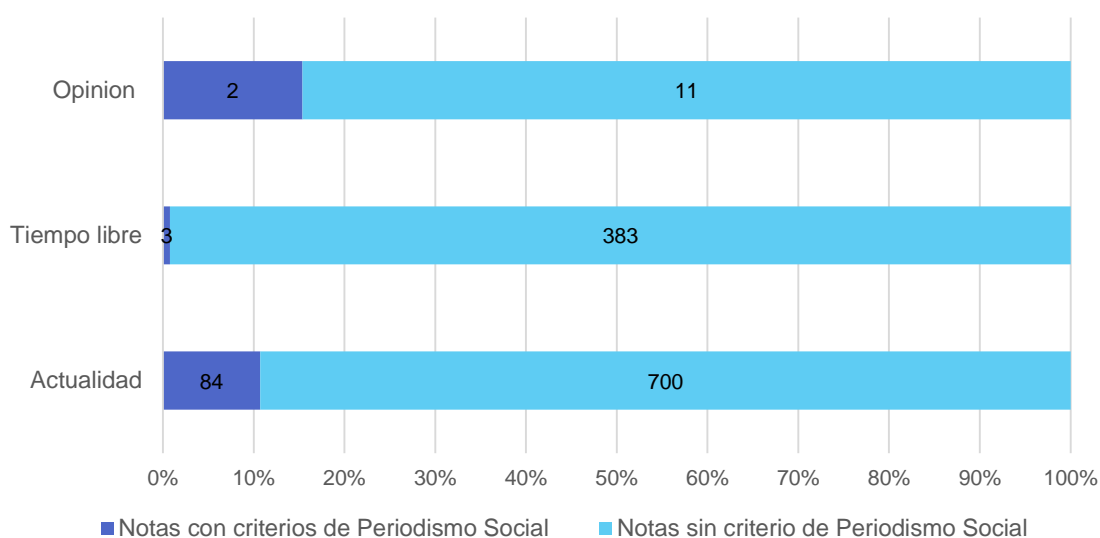


Teniendo en cuenta el total de notas analizadas, se advierte que en porcentajes es la sección de Opinión la que más producciones con criterio de Periodismo Social acumuló, con un 15%. Es el porcentaje más elevado, pero se debe a que en proporción a la cantidad de notas que tiene la sección (solo 13, es la menos numerosa), dos notas es demasiado.

En “Tiempo Libre”, la cifra baja drásticamente. De la totalidad notas publicadas en el mencionado período, solo el 1% fueron notas con los criterios de estudio.

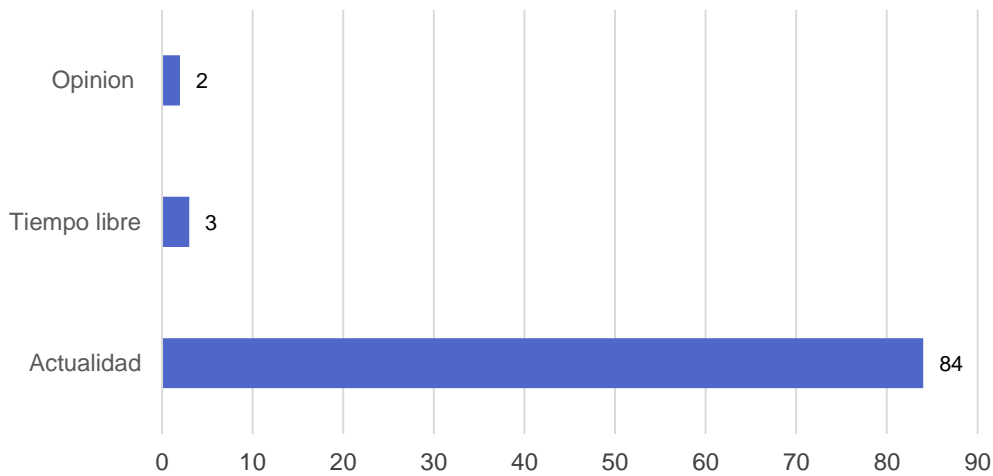
En Actualidad se encuentra que el 11% de sus publicaciones cumplieron con los criterios que se estudian. Es el segundo porcentaje en proporción a la cantidad de notas que se publican en un área de *El Tucumano*; sin embargo en cuanto a cantidad de notas se encuentra que esta fue sin dudas la que más Periodismo Social englobó.

Figura 5: Distribución por sección de las notas de Periodismo Social (n=1674)



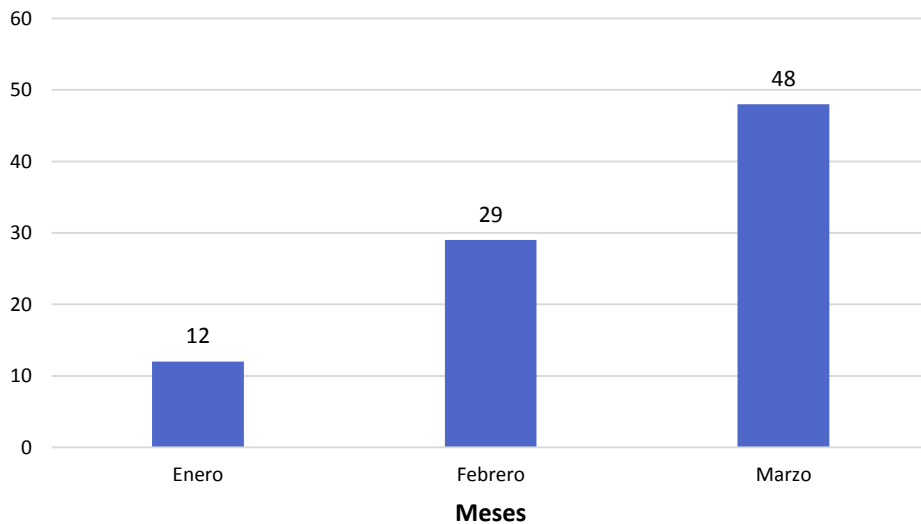
La Figura 6 muestra que en la distribución según sección hay un patrón estable entre Opinión con el 2.24% de las notas y Tiempo Libre con el 2.37%; mientras que Actualidad acumula un 94.38% de las producciones con criterio de Periodismo Social.

Figura 6: Distribución mensual de las notas de Periodismo Social según sección (n=89)



El 13.48% de esas publicaciones pertenecen al mes de enero; el 32.58% a febrero y el 53.94% marzo, es decir que en el último mes analizado se cuadruplicaron las notas con criterio de Periodismo Social respecto al primero.

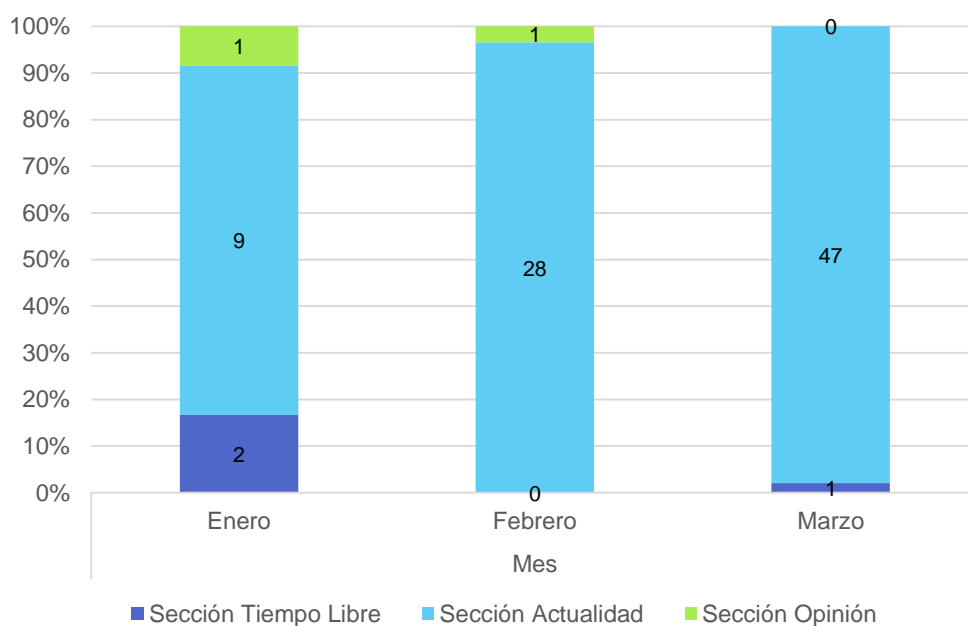
Figura 7: Distribución mensual de las notas de Periodismo Social publicadas según mes (n=89)



Siguiendo con un análisis de la distribución de notas mes a mes, se advierte que en el mes de enero se encuentra que el 75% de las notas pertenecían a la sección

Actualidad. Tiempo Libre participó con un 16.66% y Opinión un 8.33%. En Febrero Actualidad tuvo el 96.55% de las publicaciones, Opinión el 3.44% y Tiempo Libre ninguna. Finalmente en Marzo el 97.91% de las publicaciones pertenecieron a Actualidad y un 2.08% Tiempo Libre. No hubo notas con criterios de Periodismo Social en Opinión en este mes.

Figura 8: Distribución mensual de las notas de Periodismo Social publicadas según sección (n=89)



3.3 Áreas temáticas del Periodismo Social en *El Tucumano*

En el análisis de las notas de Periodismo Social, se advirtió la presencia de 13 temáticas. Estas fueron:

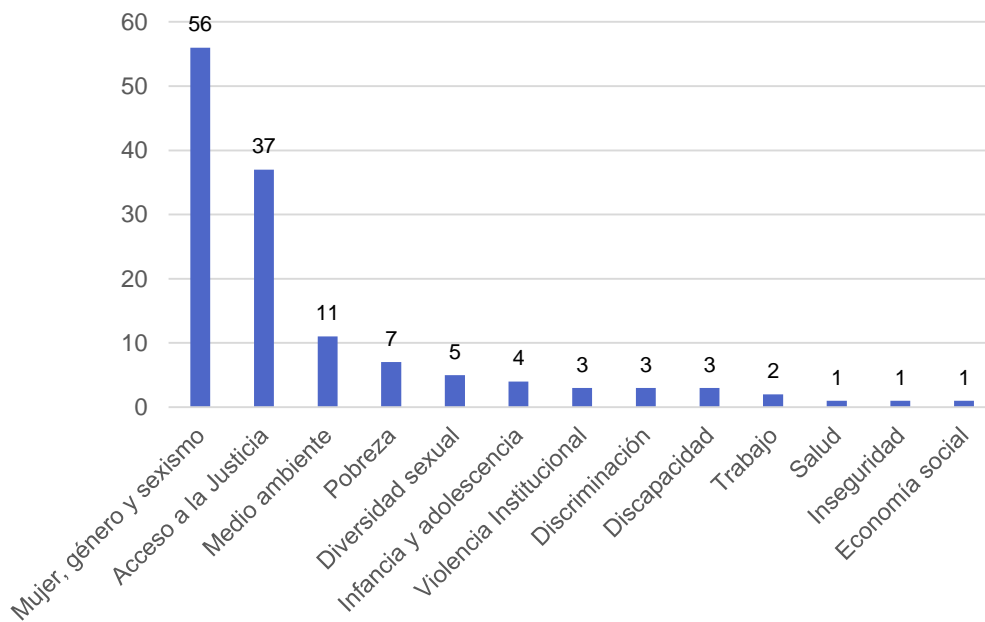
- Mujer, género y sexismo
- Acceso a la Justicia
- Medio ambiente
- Pobreza
- Diversidad sexual
- Infancia y adolescencia
- Violencia Institucional

- Discriminación
- Discapacidad
- Trabajo
- Salud
- Inseguridad
- Economía social

En la figura 9 se advierte una significativa representatividad de *Mujer, género y sexismo* y *Acceso a la justicia*, mientras el resto de las áreas disminuye notablemente su participación. Hubo 56 notas que abordaron *Mujer, género y sexismo*; 37 *Acceso a la justicia*; 11 sobre *Medio ambiente*; a *Pobreza* se dedicaron 7 producciones; 5 se trataron de *Diversidad sexual* e *Infancia y adolescencia* se abordaron en 4. En el caso de *Violencia institucional*; *Discriminación* y *Discapacidad* estuvieron presentes en 3 artículos cada una; sólo 2 hablaron de *Trabajo*. La mínima participación la tuvieron las áreas *salud*; *seguridad* ó *economía social* con solo 1 artículo cada una de ellas. Como ya se especificó anteriormente, *actualidad* es la sección que más Periodismo Social abarca.

Con este análisis se da cumplimiento al cometido del segundo objetivo, habiendo quedado excluida, al menos en la muestra estudiada, el área temática educación, ya que no se encontraron artículos que la aborden.

Figura 9: Distribución artículos por área especializadas del Periodismo Social (n=134)

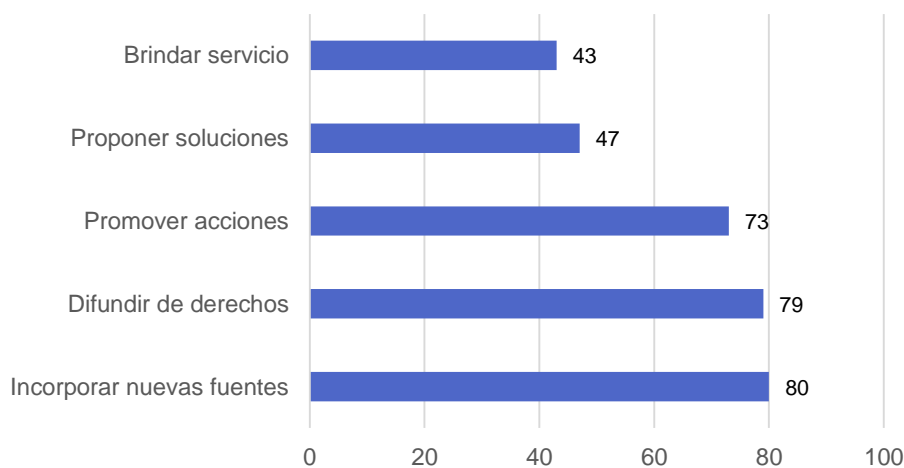


El siguiente gráfico pone de manifiesto cómo están distribuidos los contenidos que son objeto de este estudio según las secciones, siendo “Actualidad”, tal como se dijo anteriormente, la que más los abarca. Si se desglosa esa distribución (tomando también las 5 áreas más abordadas), se puede observar que siendo “Mujer, género y sexismo” la temática más planteada, casi todas sus notas estuvieron contenidas por la sección “Actualidad” (salvo una que estuvo en “Opinión”). En el caso de “Acceso a la Justicia” todas se encuentran en “Actualidad”, mientras que la temática “Medio ambiente” se abordó en “Actualidad” generalmente, y una vez en “Tiempo libre”. Sucedió lo mismo con “Pobreza”; mientras “Diversidad sexual” siempre estuvo en la sección “Actualidad”.

3.4 Funciones del Periodismo Social que se advierten en los artículos de *El Tucumano*

Se advierte que las funciones más presentes en las notas de la muestra son *incorporar nuevas fuentes*, *difundir derechos* y *promover acciones*, las cuales se manifiestan de manera prácticamente uniforme, a razón de 80, 79 y 73 respectivamente (sobre un total de 89 artículos). Estas contrastan con las dos funciones restantes, *proponer soluciones* y *brindar servicios*, cuyas participaciones se reducen casi a la mitad de los artículos, estando presentes en 47 y 43 respectivamente. Con esto se puede responder al objetivo tercero, ya que el análisis realizado da cuenta de las funciones más presentes, y las que menos se manifiestan en los artículos estudiados.

Figura 10: Distribución funciones del Periodismo Social (n=89)

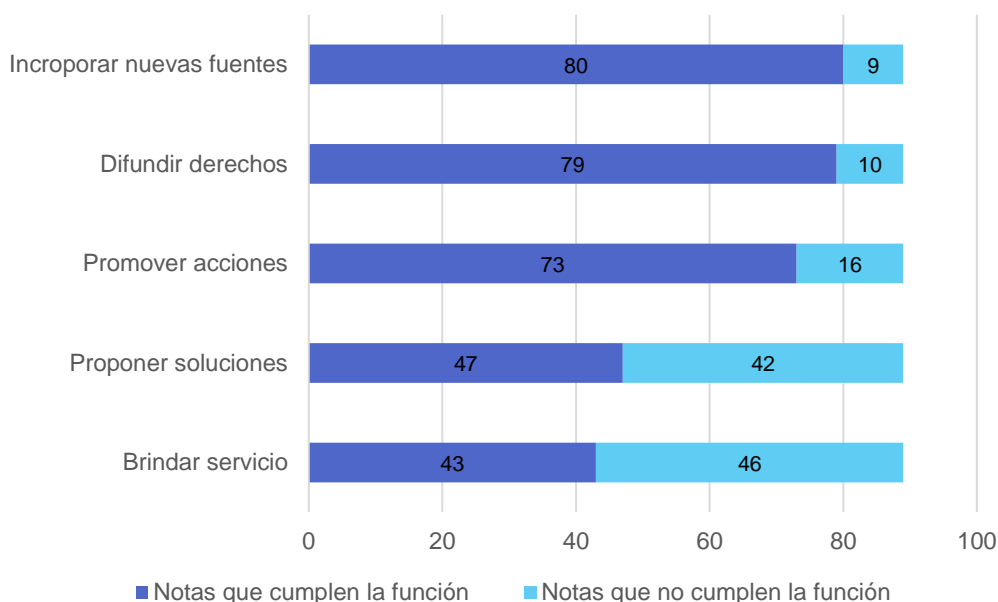


La Figura 11 contrasta la cantidad de notas que cumplieron cada función del Periodismo Social con las que no lo hicieron. Así se puede advertir que la función del Periodismo Social más utilizada por *El Tucumano* fue sin dudas la *incorporación de nuevas fuentes*. Y cuando se habla de nuevas fuentes es oportuno recordar que se trata de aquellas que provienen de la sociedad civil o Tercer Sector. En otras palabras, hay un 89% de los artículos citaron fuentes que no provenían ni de la política ni del poder económico.

Un 88.76% de los artículos bajo análisis dieron a conocer algún derecho a los lectores de *El Tucumano*, y fue una de segunda función más presente en los artículos con criterio de Periodismo Social (función *difundir derechos*). Le siguió *promover acciones* con un 82%.

Como se puede apreciar, hay un contraste importante entre las funciones *brindar servicios* y *proponer soluciones* con las tres restantes. Mientras que la presencia de las primeras supera el 80% de las notas, encontramos que estas últimas rozan la mitad de los artículos analizados. El 53% de las notas estudiadas propusieron algún tipo de solución a las problemáticas abordadas, y menos de la mitad de las notas de la muestra cumplen con la función de brindar servicio (43%).

Figura 11: Distribución cumplimiento de funciones del Periodismo Social (n=89)

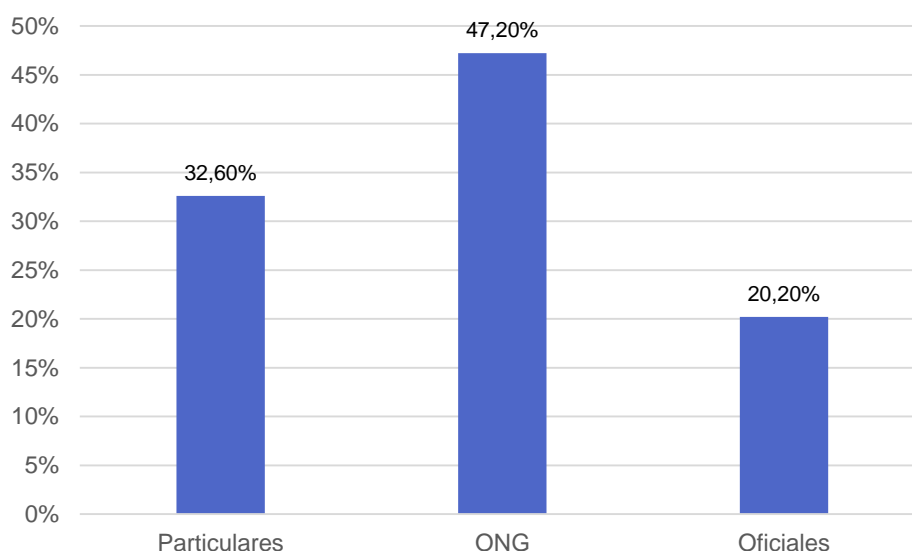


3.5 Fuentes informativas de *El Tucumano*

La Figura 12 nos permite cumplir con el cuarto objetivo, de este trabajo, que propone analizar las fuentes informativas que utiliza *El Tucumano* para la producción de sus contenidos sociales. Se advierte así que la mayoría de los artículos se valieron de fuentes del Tercer Sector (*ONG's*) a razón de un 47.2%, y la menor porción de fuentes *Oficiales* (20.20%). Las fuentes *particulares* se observaron en un 32.6% de las notas.

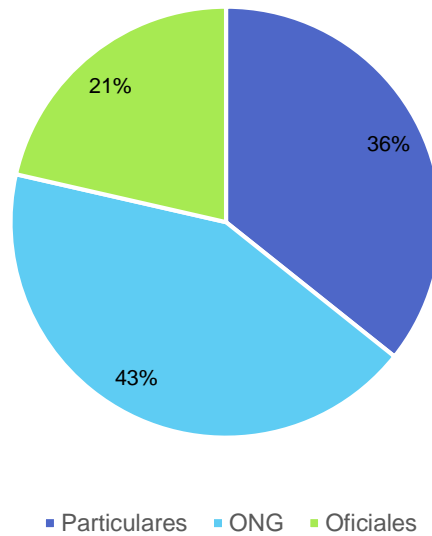
Una de las ONG más consultadas fueron Andhes (Abogados y Abogadas del NOA en Derechos Humanos y Estudios Sociales), Colectivo Ni Una Menos Tucumán, FODECUS (Federación de Organizaciones en Defensa de los Consumidores y los usuarios).

Figura 12: Distribución tipo de fuentes informativas (n=89)



Siguiendo con el foco puesto en las fuentes, solo el 15.7% de las notas analizadas recurrieron a más de una fuente. Entre estas, nuevamente el Tercer Sector fue el más consultado con un 43% de participación como fuente secundaria. Esto quiere decir que en algunas de las notas en la que la fuente principal no fue una OSC, se recurrió a ellas en segunda instancia.

Figura 13: Distribución de artículos según tipo de fuente secundaria (n=14)

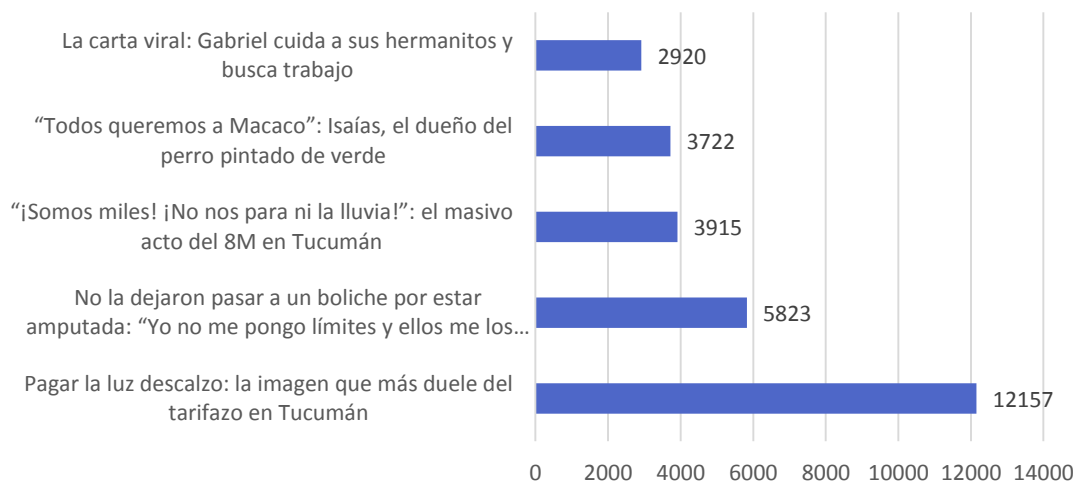


3.6 Preferencia de los lectores de *El Tucumano* en Facebook

Mientras la nota que más reacciones tuvo supera las 12 mil; duplicando a la que le sigue. De hecho en contraposición con la nota que más reacciones alcanzó, las otras cuatro se mantienen en cifras mucho más bajas, entre 2900 y 5800.

Dos de los cinco artículos pertenecen al área temática Pobreza, incluyendo la nota con más reacciones.

Figura 14. Notas con más cantidad de reacciones en Facebook



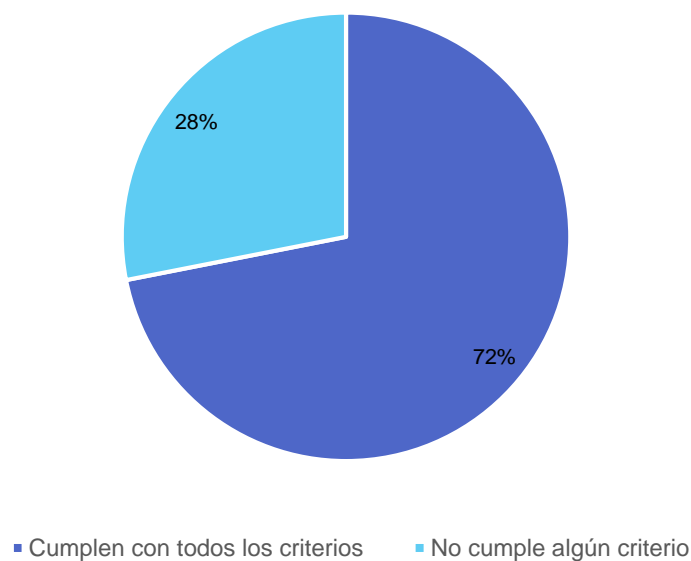
3.7 Periodismo digital

Se advierte que en las producciones de periodismo social el 72% cumple con los criterios de redacción digital definidos por esta investigación⁹, con lo que se da respuesta al quinto objetivo del trabajo.

Es oportuno destacar que todos los artículos analizados eran “oportunos y relevantes”.

Del 28% que no las cumplen en su totalidad se encuentra que la falta de “síntesis” fue la principal falencia (el 84% de estas notas eran muy extensas), mientras que el 16% restantes carecían de un tipo de “redacción activa”.

Figura 15: Distribución de artículos según cumplimiento de criterios de redacción digital (n=89)



⁹ Ver capítulo 1.9

4. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

4. Conclusiones y propuestas

Antes que periodistas, por encima de cualquier otra condición, primero somos personas, y como tal hemos de comportarnos al enfrentarnos a la información que cae en nuestras manos. Sentir que cada noticia, por insignificante que sea, puede contribuir a mejorar nuestras vidas (Belda García et.al. 2007, p: 151).

El Tucumano es un diario digital nuevo en el ciberespacio. Se caracteriza por una impronta hiperlocal, que lo diferencia de los demás medios informativos digitales de la provincia de Tucumán. Tiene sus propios criterios editoriales, un estilo particular para hablar a sus lectores apelando a términos, usos y costumbres característicos de los tucumanos. Advirtiéndose que algunos de sus artículos evidencian criterios de Periodismo Social; esta investigación trabajó en la identificación, análisis y descripción de sus producciones.

El análisis efectuado durante los tres primeros meses del año 2019 evidenció que un 5% de las notas generadas presentaron criterios de Periodismo Social. Esto quiere decir que los mismos no son transversales a todas sus publicaciones. Los datos obtenidos por esta tesis permiten documentar que *El Tucumano* no alcanza la media de notas de Periodismo Social registrada en los escasos antecedentes encontrados. Este hallazgo resulta de comparar la magnitud encontrada con el último sondeo realizado en el año 2006 sobre la base de la producción de los periódicos más importantes de Buenos Aires. Hasta donde se conoce, no existen nuevos estudios que refresquen las cifras aportadas por el mencionado sondeo, que arrojaba que el 7% de las notas tenían como fuente al tercer sector (Cytrynblum, 2009). Esta prevalencia, si bien baja, representaba un incremento del 2% en el volumen de publicaciones respecto a 2005; cuando la cifra llegaba al 5%. Conforme a estos datos, a pesar de que el porcentaje de notas de Periodismo Social que presenta *El Tucumano* es inferior, se puede afirmar que se encuentra dentro de márgenes coincidentes con la última tendencia difundida.

En *El Tucumano* no se identificó una sección concreta que reúna las producciones del Periodismo Social. No obstante, se evidencia que pertenecen en gran medida a la sección Actualidad. Esto es coherente con las prácticas de la mayoría de los medios informativos no especializados, que las incluían bajo la etiqueta de sociedad o solidaridad. Por otra parte, se encontraron algunos artículos de Periodismo Social en las secciones Opinión y Tiempo Libre. Dicen Gallego Ayala y Luengo Cruz (2014) que esta costumbre de volcar las notas del Periodismo Social en una sección cuya etiqueta no es muy precisa en cuanto a los contenidos que engloba se debe a la falta de definición sobre lo que cada sección debería incluir. Si bien las autoras mencionadas

hacen hincapié en la denominación particular de sociedad, la situación identificada en el presente estudio sería la misma. Esto no ocurre únicamente con la sección Actualidad, también es de interpretación diversa el rótulo Tiempo Libre y las notas que incluye. En contraposición con el pensamiento expuesto previamente, Martini (2004) sostiene que el crecimiento que experimentan estas secciones más generalistas se debe a que las temáticas que se incluyen en ellas se basan en una cercanía “en términos geográficos y de interés, y de fuerte impacto en la vida cotidiana. Es una forma de clasificar todo aquello que interesaría más de cerca al individuo común, por fuera de las agendas programáticas de Estado y del mundo empresarial” (p:35). Independientemente de estas interpretaciones, se sugiere profundizar en la conceptualización y delimitación de la *información social* para explotar sus potencialidades. Definiendo los contenidos que abarca, es más fácil determinar una sección donde se pueda encontrar estos tópicos.

Al trabajarse en el análisis de publicaciones del primer trimestre de 2019, se advierte un aumento aproximado al 30% en el volumen de notas con criterios de Periodismo Social en el mes de marzo respecto de enero y febrero. Este incremento respondería a la coincidencia del momento del relevamiento de datos con el periodo de recesos en los distintos estamentos del estado; y de la población en general¹⁰. En el mes de marzo inicia del periodo lectivo, las sesiones ordinarias legislativas (municipales y provinciales), se produce la reactivación del aparato estatal, el inicio de paritarias, etc., por cuanto el espectro informativo retoma su caudal habitual. Si bien el trimestre seleccionado podría señalarse como una limitación del estudio, se considera, sin embargo que el mismo plasma la heterogeneidad de producciones del medio, presentando información contrastante abarcando los meses de menor y mayor productividad periodística del año. En este sentido se resultaría interesante que futuros estudios indaguen, de manera longitudinal, el período de un año a los fines de detectar posibles modificaciones significativas en el volumen de notas de Periodismo Social.

En los últimos cuatro años en Argentina se advierte un fuerte crecimiento del movimiento feminista y la visibilización de muchas problemáticas que involucran a la mujer como nunca antes había sucedido en los medios de comunicación. No solo se

¹⁰ En Argentina el receso escolar inicia la semana previa a Navidad y se extiende hasta la primera semana de marzo. En tanto el Poder Judicial tiene su feria o receso todo el mes de enero; el Poder Legislativo concluye sesiones ordinarias en diciembre y retoma el 1° de marzo (algunas provincias el 1° de abril). Y en los estamentos del Poder Ejecutivo hay una merma de actividades por que la administración pública suele tomarse sus vacaciones entre los meses de enero y febrero ya que aquellos que tienen hijos eligen gozar de su descanso en el mismo período que los escolares.

trata de la aparición de más cantidad de noticias sobre estos temas, sino mayor responsabilidad periodística y conciencia sobre el buen abordaje de las mismas; y la aparición de nuevos protagonistas en la agenda de los medios: los hashtags¹¹ o etiquetas.

El primer hito fue la movilización que el 3 de junio de 2015 se produjo simultáneamente en Buenos Aires y unas 240 ciudades argentinas bajo el hashtag #NiUnaMenos para reclamar contra el creciente número de femicidios y casos de violencia contra mujeres. En octubre de 2016 se realizó en el país el primer Paro Nacional de Mujeres; y luego, la adhesión de Argentina al Primer Paro Internacional de Mujeres, el 8 de marzo de 2017 (Laudano, 2018). El 11 de diciembre de 2018 las redes sociales y los medios informativos se vieron invadidos por un nuevo hashtag: #MiraComoNosPonemos. Este surgió en respuesta a la denuncia por abuso sexual que realizó una actriz argentina, quien contó en un corto transmitido en vivo lo que sufrió en manos de un actor con el que compartía elenco cuando ella tenía 16 años. Otra vez, las redes sociales viralizaron la denuncia, y se mantuvo en la agenda de los medios como nunca antes la lucha feminista contra todas las problemáticas que socaven sus derechos.

En consonancia con esta tendencia mundial y la experiencia nacional, el área temática más abordada fue *mujer, género y sexismo* en consonancia con dos temas. Por un lado la difusión del Caso Lucía, referido a una niña tucumana de 11 años de edad que fue abusada y embarazada por un familiar y solicitó a la Justicia la aplicación del protocolo de Interrupción Legal del Embarazo, desatando un conflicto legal, social y religioso a lo largo del mes de febrero y parte de marzo.

Dentro de este marco es oportuno explicar que Tucumán es una provincia con una profunda tradición religiosa, por lo cual estos temas generan mucha controversia en la opinión pública, lo que causó que las noticias del Caso Lucía cobren trascendencia nacional e internacional.

Siguiendo con el análisis de la temática de *mujer, género y sexismo* como la más abordada, el otro tema que incidió en esa tendencia fue la proximidad del Día Internacional de la Mujer, otorgándose amplios espacios para cobertura de notas sobre este eje. Es el caso de la nota del 05 de marzo de 2019 titulada *Convocan a un paro*

¹¹ Etiquetas conformadas por una palabra o frase precedida por el signo # que permiten hacer búsquedas en redes sociales.

*nacional de mujeres para este viernes*¹²; o la del 07 de marzo de 2019 *Perchas intervenidas, un mensaje sobre la clandestinidad y el aborto*¹³.

Cabe mencionar que en las notas de *mujer, género y sexismo* se destacó la presencia de las sugerencias para el abordaje de estos temas desde una perspectiva social. Se indica para este tipo de noticias un tratamiento cuidadoso, que no exponga o “culpe” a la víctima por lo que le ha sucedido. También cualquier tipo de tratamiento que atente contra la dignidad de las mujeres (Cytrynblum, 2009; Suárez García *et.al.*, 2007).

Dentro de las temáticas, siguió en importancia el *acceso a la justicia*. Esto respondió al caso previamente reseñado (Lucía), por cuanto era el área secundaria subyacente.

Una de las pautas que permitió identificar las notas que presentaban criterios de Periodismo Social fue la presencia de funciones de esta disciplina en los textos. La *incorporación de nuevas fuentes* fue la función más presente. Así, se encontró como constante la consulta a referentes de la sociedad civil para la elaboración de notas. Es el caso de Movimiento Fucsia en la nota del 11 de febrero de 2019 *Marcharán por cuarta vez contra el maltrato animal*¹⁴; o de MUMALA en la nota del 8 de marzo de 2019, titulada *Buscan declarar la "Emergencia Nacional en Violencia de Género"*¹⁵.

También se evidencio la consulta a ciudadanos comunes (particulares) y las elaboraciones que, a partir de una historia particular, permiten abordar una problemática. Un ejemplo de estos casos son las notas del 14 de enero de 2019 cuando se consultó a Margarita Mamaní, cacique calchaquí en la nota *Una vez más la basura opacó la belleza del dique La Angostura*¹⁶; o la del 15 de marzo de 2019 cuando se dio a conocer la historia del joven Gabriel Conde en la nota *La carta viral: Gabriel cuida a sus hermanitos y busca trabajo*¹⁷.

Asimismo la *difusión de derechos* se puede advertir en un gran número de artículos; no sólo desde la mención en el texto, sino también desde la inclusión de leyes, fallos, convenciones etc. En la nota del 9 de enero de 2019, bajo el título de *Baja en la edad de punibilidad: Una medida demagógica que no resuelve ninguna problemática*¹⁸, por ejemplo, se consignan enlaces a un informe de UNICEF llamado Las voces de las y los adolescentes privados de libertad; y a un informe de Argentina de la Convención

¹² Ver Anexo 1

¹³ Ver Anexo 2

¹⁴ Ver Anexo 4

¹⁵ Ver Anexo 5

¹⁶ Ver Anexo 3

¹⁷ Ver Anexo 6

¹⁸ Ver Anexo 7

sobre los Derechos de los Niños. Estos son citados por la autora del artículo y los pone a disposición del lector para profundizar en el tema.

Otro claro ejemplo lo constituye el artículo del 24 de febrero de 2019 titulado *Se movilizarán por la niña de 11 años embarazada tras una violación*¹⁹ en el que se puede acceder mediante enlaces al Fallo FAL y a los artículos del Código Penal argentino que se refieren al aborto; ambos mencionados en el cuerpo de la noticia.

La *propuesta de soluciones* es uno de los ejes más importantes en el Periodismo Social. No debe cesar su tarea en la exposición del problema, sino dar cuenta de experiencias exitosas en otros países u organizaciones (Álvarez, 2014) o casos particulares que se muestren como una posible vía de salida un inconveniente planteado. En la nota con título *Presentarán un amparo por frenar los aumentos de la luz*²⁰ del 4 de enero de 2019, por ejemplo se propone como solución la creación de un concejo económico social entre empresas, usuarios y Gobiernos para analizar el incremento de las tarifas.

Así como también, en la nota cuyo titular reza *Compró un tucán en Salta y lo donó a la Reserva de Horco Molle*²¹, desde el relato de una iniciativa de un ciudadano proponen una solución y alientan a colaborar en el proyecto para reintroducir los tucanes en la provincia.

A pesar de la importancia que reviste la *propuesta de soluciones*, en *El Tucumano* esta función se encontró en apenas un poco más de la mitad de artículos, mientras que *brindar servicio* fue la menos usada. A raíz de ello se podría afirmar que faltan recursos que relacionen a los lectores y la información para poder acceder a aquello de lo que se está hablando. En este sentido, resulta llamativo particularmente en aquellos artículos en los que se habló de violencia contra la mujer, y que ocuparon gran parte del contenido en los meses estudiados, la mayoría carecía de un apartado donde se indique qué se puede hacer en caso de ser víctima (teléfonos, direcciones, reparticiones, etc.), la ausencia de difusión de dato de contacto de oficinas o herramientas que el Estado prevé en estas circunstancias.

Un ejemplo de esto se observa en la nota titulada *Abogados del Estado defenderán gratis a víctimas de violencia de género*²² del 18 de marzo de 2019, donde relatan la creación de un Cuerpo de Abogadas y Abogados para Víctimas de Violencia de Género de todo el país, y que Tucumán será una de las provincias que contará con

¹⁹ Ver Anexo 8

²⁰ Ver Anexo 9

²¹ Ver Anexo 10

²² Ver Anexo 12

este servicio. Sin embargo, no se da detalles de cómo acceder ni donde consultar por el mismo.

En contraposición a esto, una nota que sí brinda servicio es la del 18 de febrero de 2019 con el título *La campaña “Banco Rojo” recordará a tres tucumanas víctimas de femicidio*²³, al cierre del artículo se proporciona información sobre el Centro de Violencia; Mujer y Derechos Humanos, como contactarlo y qué servicios brinda.

Continuando con el análisis de las fuentes de información, resultó llamativo que en 8 de cada 10 artículos, la fuente consultada estaba representada por particulares y organizaciones de la sociedad civil, constituyendo los representantes del poder político o el poder económico, voces que secundaron los discursos de las fuentes del tercer sector en alrededor de la mitad de las notas analizadas. Esto coincide con el lineamiento previamente planteado donde se propone dar voz al eje social para ponerlo en el mismo nivel de importancia que se da a los referentes políticos y económicos. En función de lo encontrado, futuras investigaciones podrían enfocarse en las fuentes de consulta habitual de *El Tucumano*, para determinar cuáles son las más recurrentes y el causal de dicha selección.

Los resultados de esta tesis permiten advertir que el modo de abordar las problemáticas evidenciaría una ideología subyacente. Esto es coincidente con lo que dice Cytrynblum (2009) cuando deja de lado la tradicional concepción de la objetividad periodística para dar lugar a una nueva manera de ejercer la profesión tomando una postura e involucrándose con el objeto de estudio. En el Periodismo Social hay ideología, y en *El Tucumano* también. No hay una manifestación directa o abierta de posturas, pero la manera de abordar la cobertura de algunos temas, la réplica de artículos que manifiestan una postura a favor, dan cuenta de donde está parado el medio. Un ejemplo son las citas a continuación:

“ILE significa Interrupción Legal del Embarazo. Las leyes actuales argentinas contemplan en el Código Penal ese derecho de las mujeres. A esto, se suma el Fallo F.A.L, que sentó precedentes” (Fundación Huésped reclamó que se respeten los derechos de la niña tucumana abusada, 2019).

“A propósito de este hecho, sectores que piden el efectivo cumplimiento de la Interrupción Legal del Embarazo (ILE), un derecho contemplado en el Código Penal

²³ Ver Anexo 11

desde 1921 en caso de violación o de riesgo para la vida de la mujer (“Hay una clara intención de los sectores antiderechos de seguir castigando a Lucía”, 2019)

En los meses estudiados uno de los temas más abordados fue el aborto tanto desde la Interrupción Legal de Embarazo (ILE) como desde la Interrupción Voluntaria del Embarazo (IVE). Se debe a que, tras la negativa del Congreso en 2018 a aprobar este proyecto ley impulsada desde muchos sectores de la sociedad civil, en los primeros meses del año surgieron nuevos borradores de los cuales se habló en las proximidades del Día Internacional de la Mujer (8 de Marzo). De la ILE, particularmente debido a los casos de niñas violadas cuyos embarazos se interrumpieron mediante cesáreas en Jujuy y posteriormente en Tucumán, con accionares judiciales cuestionados y presiones religiosas. En el abordaje de estos casos y de estos temas *El Tucumano* dejó en claro su postura a favor del aborto. Puede apreciarse esto en la manera en que se remarca permanentemente que la ILE es un derecho actualmente contemplado por la legislación argentina.

También siguiendo en esta línea, se replicó un artículo completo que la novelista argentina Claudia Piñeiro escribió para el diario inglés *The Guardian*, en el que acusa al Estado por las dilaciones en la aplicación del protocolo ILE y a la Iglesia por manifestarse en contra de la interrupción del embarazo de (el caso) Lucía. “Forzaron a una niña de 11 años, contra su voluntad, a tener un bebé. Están convencidos de que las mujeres son máquinas de procreación; apoyan la esclavitud en el siglo XXI” (“La iglesia argentina conspiró para negarle un aborto a 'Lucía'”, 2019).

La irrupción de las redes sociales obligó a los medios periodísticos a adoptar estas plataformas para tener un contacto más directo con sus lectores. Su aparición “amplificó estos espacios de interacción donde los contenidos informativos se colaron, primero tímidamente, y hoy con una ineludible necesidad de pertenecer y ser protagonista” (Roitberg y Picatto, 2015, p:131). En *El Tucumano* la red social más utilizada es Facebook. Allí día a día se suben los artículos del medio para ponerlos a disposición de sus seguidores, quienes se encargan de interactuar con los mismos y en algunos casos esparcirlos por la red.

Esta investigación estudió las interacciones que se consiguieron en Facebook al postearse allí cada una de las 89 noticias analizadas. Así se pudo determinar que la que tuvo más interacciones abordaba el caso de un hombre en situación de pobreza, a través de una imagen cruda de una fotografía que se viralizó en las redes sociales²⁴. La

²⁴ Ver Anexo 13

nota superó las 12 mil reacciones, y entre las otras que componían una selección de las cinco más populares, duplicó en reacciones a la que le seguía y cuadruplicó a las restantes. Esa cantidad de acciones que se generó desde la publicación en Facebook dio una gran visibilidad al medio, lo que significaría que *El Tucumano* sabe hacer uso de este recurso para “acercarse” a su público. Si bien podría considerarse una limitación el estudio del comportamiento de los usuarios de una sola red social, este trabajo consideró que debido al bajo nivel de repercusiones que se consiguen en otras como Twitter o Instagram, el aporte valioso estaba en la red seleccionada. En este sentido se propone que futuros estudios indaguen en los factores que ocasionan *El Tucumano* logre a través de Facebook más interacción con los lectores que el resto de las redes mencionadas.

Siguiendo con un el análisis de *El Tucumano* en el ciberespacio, se puede evidenciar que este medio ha sabido explotar sus bondades y adaptar sus contenidos al canal de difusión. La revolución digital ha dejado a los medios tradicionales un tanto desconcertados y continúan en la búsqueda del lugar privilegiado que el papel les proporcionó hasta el siglo pasado. Esto ha generado una oportunidad para los nuevos medios, los nativos de la era digital que sin nostalgia, se van acomodando en la red de redes comprendiendo los nuevos retos que el periodismo presenta a través de ella. Saben explotar las bondades de internet para llegar a un mayor número de lectores que tienen hoy el internet al alcance de la mano. Hoy los usuarios de internet navegan desde sus teléfonos celulares en cualquier tiempo libre que dispongan. “Hoy se exige no sólo conocimientos y habilidades propias del oficio periodístico, sino también el dominio de técnicas para producir y administrar el quehacer informático y de la multimedia” (Martínez, 2012).

Finalmente, el quinto objetivo de esta tesis proponía analizar y determinar si las producciones del Periodismo Social de *El Tucumano* se adaptaban a los criterios del periodismo digital. En tal sentido se estudió artículo por artículo para corroborar si presentaban oportunidad y relevancia; síntesis; redacción activa; e hipertextualidad. La presencia de rasgos característicos de la redacción digital en un 72% de las publicaciones con criterios de Periodismo Social analizadas implicaría que *El Tucumano* logra presentar a sus lectores artículos de esta disciplina sin dejar de lado el estilo que debe tener un medio del ciberespacio.

Para concluir se puede afirmar que *El Tucumano* es un medio en el que el Periodismo Social se encuentra presente en un bajo porcentaje de su producción. A pesar de ello, lo trabaja de manera apropiada, adaptándose a las recomendaciones para

su ejercicio; visibilizando sectores postergados y empoderando poblaciones relegadas. En este sentido se infiere que *El Tucumano* proporciona un espacio al Periodismo Social en el que se jerarquiza al tercer sector como fuente informativa. Se abordan áreas temáticas especializadas en cumplimiento con las funciones de esta disciplina, sin perder de vista los criterios de redacción que rigen al periodismo digital.

Hasta donde se conoce, no existen a la fecha de finalización de esta tesis estudios sobre Periodismo Social en medios informativos de la provincia de Tucumán.

Esta investigación es importante para la disciplina porque evidencia que el Periodismo Social puede ser practicado por cualquier profesional. No se necesita un medio especializado para hacer Periodismo Social. Este enfoque puede ser adoptado por cualquier trabajador del periodismo que quiera comprometerse con un ejercicio más democrático de la profesión. Las recomendaciones que realiza el Periodismo Social colaboran para mejorar la tarea de cualquier periodista, propone un trabajo más responsable con la sociedad, más inclusivo, más justo. El conocimiento de esta disciplina permitirá diseñar contenidos que eleven el eje social y lo equiparen con el político y económico, independientemente el rol que el profesional cumpla en un medio periodístico. Se propone el despertar a una nueva manera de hacer periodismo, y desde ese empeño individual, sembrar las semillas que permitan ofrecer a la sociedad medios más comprometidos y contenidos que reflejen a todos.

5. BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS

5. Bibliografía y anexos

Bibliografía

Álvarez Díaz, A. (2014): Periodismo social, la voz del tercer sector. Tenerife: Sociedad Latina de Comunicación Social.

Belda García, L.; Maíllo Belda, J. y Prieto Ampudia, J. (2007): Periodismo social: el compromiso de la información: libro de estilo de Servimedia. Madrid: Servimedia (2ª ed.).

Breiner, J. (2015). Innovación en comunicación. Un arte que los humanistas necesitan aprender y enseñar. Revista empresa y humanismo. Vol 18. Nº 2. 83-106.

Cabrera, M. (2004). Periodismo digital y nuevas tecnologías. En C. Barrera, Historia del periodismo universal (1ra ed., p. 393). Barcelona: Ariel.

Cytrynblum, A. (2009): Periodismo Social: Una nueva disciplina. Buenos Aires: La Crujía.

Gallego Ayala, J. y Luengo Cruz, M. (2014) Periodismo Social. Madrid: Síntesis.

Hernández Sampieri, R. (2014): Metodología de la Investigación. Mexico D.F.: Mc. Graw Hill. (6º ed.).

Martini, Stella (2004). Periodismo, noticia y noticiabilidad. Colombia: Norma

Moreira, M. A. (2000). Aprendizaje Significativo: Teoría y Práctica. Madrid: Visor.

Pineda E.B.; Alvarado, E.L. de; Canales, F.H. de (1994) Metodología de la investigación. Manual para el desarrollo del personal de salud. Washington: Organización Panamericana de la Salud. (2º ed.)

Roitberg, G.; Piccato F.; (2015) Periodismo disruptivo. Buenos Aires: La Crujía.

Sautu, R. (2005). Todo es teoría: objetivos y método de investigación. Buenos Aires: Lurniere.

Segura, M. (2014): Desintermediación y participación. Los nuevos roles de periodistas y públicos en los medios no lucrativos. Revista La Trama de La Comunicación. Vol 18. 115-133.

Sierra Bravo, R (1994): Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios. Madrid: Paraninfo. (9º ed.)

Suárez García, I. *et.al*; (2007): Utopía informativa. Propuestas para un periodismo más social. Bilbao: Hegoa.

Vasilachis de Gialdino, I. (1992): Métodos cualitativos I: los problemas teóricos epistemológicos. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina S.A.

Webgrafía

Breiner, J. (24 de mayo de 2018). La credibilidad como la nueva moneda del periodismo: mi presentación en la SEP. Periodismo emprendedor en Iberoamérica. Recuperado 4 de septiembre de 2018 de <http://newsleaders.blogspot.com/2018/05/la-credibilidad-como-la-nueva-moneda.html>

Briggs, M (2007). Periodismo 2.0. Una guía de alfabetización digital. Austin, Knight Foundation. Recuperado el 18 de octubre de 2018 de https://knightcenter.utexas.edu/Periodismo_20.pdf

Centro Nacional de Organizaciones de la Comunidad CENOC. (2018, Agosto). OSCs registradas en el CENOC. Recuperado el 10 de diciembre de 2018 de <https://www.argentina.gob.ar/desarrollosocial/cenoc/datosdelasoscs>

En las redes sociales tucumanas, los lectores prefieren eltucumano.com. (2018). Recuperado el 16 de mayo de 2019 de <http://www.eltucumano.com/noticia/tiempo-libre/252380/redes-sociales-tucumanas-lectores-prefieren-eltucumanocom>

Fundación Huésped reclamó que se respeten los derechos de la niña tucumana abusada. (15 de febrero de 2019). Recuperado el 29/05/2019 de <http://www.eltucumano.com/noticia/actualidad/253911/fundacion-huesped-reclamo-se-respeten-derechos-nina-tucumana-abusada>

"Hay una clara intención de los sectores antiderechos de seguir castigando a Lucía". (19 de febrero de 2019). Recuperado el 29/05/2019, de <http://www.eltucumano.com/noticia/actualidad/254537/hay-clara-intencion-sectores-antiderechos-seguir-castigando-lucia>

"La iglesia argentina conspiró para negarle un aborto a 'Lucía'". (4 de marzo de 2019). Recuperado el 29/05/2019, de <http://www.eltucumano.com/noticia/actualidad/254242/iglesia-argentina-conspiro-para-negarle-aborto-lucia>

Laudano, C. (2018). Acerca de la apropiación feminista de TICs. En: Chaheer, Sandra, compiladora. Argentina: medios de comunicación y género ¿hemos cumplido con la plataforma de acción de Beijing?. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Comunicación para la Igualdad Ediciones. pp. 138-146. En Memoria Académica. Recuperado el 27 de mayo de 2019 de: <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.649/pm.649.pdf>

Martínez, O. R. (2003, octubre). Hacer Periodismo. Recuperado el 16 octubre de 2018, de <http://www.razonypalabra.org.mx/apuntes/2003/octubre.html#3>

Martínez, O. (2012, 27 de septiembre). Periodismo en la era digital. Revista Mexicana de Comunicación. Recuperado el 29 de mayo de 2019 de <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2012/09/27/periodismo-en-la-era-digital/>

Periodismo Social. (s.f.). ¿Qué es el Periodismo Social? Recuperado el 2 mayo de 2019, de https://web.archive.org/web/20071024124854/http://www.periodismosocial.org.ar/ps_s_uma.cfm

Turati M, (2007, 16 de abril) Apuntes para un periodismo social. Recuperado el 12 de diciembre de 2018 de <https://periodistasdeapie.wordpress.com/aceca-del-periodismo-social/>

Varela, J. (2005). Periodismo 3.0, la socialización de la información. Telos, (65). Recuperado el 18 de octubre de 2018 de <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero065/periodismo-3-0-la-socializacion-de-la-informacion/>

Watlington, L. (s.f.) Guía de periodismo en la era digital. Washington, ICJF. Recuperado el 10 de septiembre de 2018 de <https://ipys.org/files/reports/guia-de-periodismo-en-la-era-digital.pdf>

Hoja de evaluación

TEMA: Las características del desarrollo del Periodismo Social y su difusión a través del canal digital. El caso de *El Tucumano*

DIRECTORA: Lic. Daniela Sofía Postigo

FIRMA:

DNI: 31589194

TESISTA: María Soledad López Mazza

FIRMA:

DNI: 28680653

EVALUACIÓN: _____

OBSERVACIONES: _____

Anexos

Anexo 1

Captura pantalla nota:



The screenshot shows a news article from the website 'eltucumano'. The header includes the site's logo and navigation links for 'ACTUALIDAD', 'TIEMPO LIBRE', and 'DEPORTE'. The article title is 'Convocan a un paro nacional de mujeres para este viernes' with a '#8M' tag. The text describes a national strike for International Women's Day, mentioning social, political, and feminist organizations. A photograph shows a woman holding a sign that reads '#8M NOSOTRAS PARAMOS SOMOS EL GRITO DE LAS QUE YA NO TIENEN VOZ...!!'. Below the photo is a caption 'Foto de Minuto Uno' and a social media share section with Facebook and Twitter icons. The article body contains two paragraphs: one explaining the significance of the day and the current context of women's rights, and another detailing the specific demands of the strike, such as equal pay and legal abortion.

eltucumano

ACTUALIDAD TIEMPO LIBRE DEPORTE

#8M

Convocan a un paro nacional de mujeres para este viernes

Con motivo de conmemorarse el Día Internacional de la Mujer Trabajadora organizaciones sociales, políticas y feministas marcharán y en algunos casos no asistirán a sus trabajos para exigir derechos e igualdad.

05 Mar 2019 - 15:14



Foto de Minuto Uno

  Este viernes 8 de marzo se conmemora en todo el mundo el Día de la Mujer Trabajadora, y en Tucumán se sumarán al "Paro Nacional de Mujeres, Lesbianas, Trans y Travas", que convocan en Argentina.

Desde 1909 la lucha de las mujeres por la igualdad, el reconocimiento y ejercicio efectivo de sus derechos se conmemora cada 8 de marzo. En el contexto actual en el que se continúan vulnerando derechos y predominan las desigualdades, el movimiento de mujeres, organizaciones sociales y políticas llevarán adelante una jornada de lucha con actividades programadas y no asistirán a sus trabajos.

Se trata del tercer paro de mujeres que se organiza a nivel internacional y en esta ocasión algunas de las consignas fundamentales de la movilización serán "Igual trabajo y salario, derecho al aborto legal seguro y gratuito y a la implementación del protocolo de Interrupción Leal del Embarazo".

Texto nota:

Convocan a un paro nacional de mujeres para este viernes

Con motivo de conmemorarse el Día Internacional de la Mujer Trabajadora organizaciones sociales, políticas y feministas marcharán y en algunos casos no asistirán a sus trabajos para exigir derechos e igualdad.

05 Mar 2019 - 15:14

Este viernes 8 de marzo se conmemora en todo el mundo el Día de la Mujer Trabajadora, y en Tucumán se sumarán al "Paro Nacional de Mujeres, Lesbianas, Trans y Travas", que convocan en Argentina.

Desde 1909 la lucha de las mujeres por la igualdad, el reconocimiento y ejercicio efectivo de sus derechos se conmemora cada 8 de marzo. En el contexto actual en el que se continúan vulnerando derechos y predominan las desigualdades, el movimiento de mujeres, organizaciones sociales y políticas llevarán adelante una jornada de lucha con actividades programadas y no asistirán a sus trabajos.

Se trata del tercer paro de mujeres que se organiza a nivel internacional y en esta ocasión algunas de las consignas fundamentales de la movilización serán "Igual trabajo y salario, derecho al aborto legal seguro y gratuito y a la implementación del protocolo de Interrupción Legal del Embarazo".

Cronograma para este 8 de marzo:

-09:00 Grupo Git instalacion con perchas, Proyecto #Clandestino (Plaza Independencia)

-14:00 Macro pegatina por la Comisión de Actrices autoconvocadas Tucuman.(Plaza Independencia)

-14:00hs Femiferia, armado de cartelería para la marcha (Plaza Independencia)

-14:00 Piquete textil/macro bordado colectivo. (Traer agujas, hilos, lanas y telas verdes nuevas o usadas) (Plaza Independencia)

-16:00 Tangueras: Tango disidente. (Plaza Independencia)

-17:00 Mesa de estampado "Parceras" (traer telas o prendas para estampar) (Plaza independencia)

-18:00 Concentración en el SIPROSA (Virgen de la Merced 196) y lectura de comunicado sobre ILE.

-18:30 Marchamos a Plaza Independencia.

Durante la marcha participan diversas intervenciones:

Bembé Guine (grupo de danzas africanas)

Maniacro (Acrodance)

Bloque de Murgueras feministas. independientes.

Vertebral.

Conmemoración del Día Internacional de la Mujer

En 1908 129 mujeres murieron en un incendio en la fábrica Cotton, de Nueva York, Estados Unidos, luego de que se declararan en huelga con permanencia en su lugar de trabajo. Las obreras se manifestaban para que les redujeran la jornada laboral a 10 horas y pedían un salario igual al que percibían los hombres que hacían las mismas actividades. El dueño de la fábrica ordenó cerrar las puertas del edificio para que las mujeres desistieran y abandonaran el lugar, sin embargo, murieron en el incendio.

Cuadro análisis de nota:

URL ARTICULO:	
http://www.eltucumano.com/noticia/actualidad/254251/convocan-paro-nacional-mujeres-para-este-viernes	
FECHA	SECCIÓN
05/03/2019	ACTUALIDAD
CONTENIDO	
TEMATICAS SOCIALES ABORDADAS	Mujer, género y sexismo; diversidad sexual
DATOS	Se difunde cronograma de actividades por el Día Internacional de la Mujer, y se convoca a "Paro Nacional de Mujeres, Lesbianas, Trans y Travas"
FUENTES	Agrupaciones y ONG feministas
COMENTARIOS	Además de darse a conocer las actividades para el 8 de Marzo, se hace un poco de historia sobre el día, se habla sobre la situación actual y se dan a conocer las principales metas de la lucha feminista en el presente.
REACCIONES EN REDES SOCIALES	
FACEBOOK	94
FUNCIONES DE PERIODISMO SOCIAL	
¿DIFUNDE DERECHOS?	SI
¿PROPONE SOLUCIONES?	NO
¿PROMUEVE A LA ACCIÓN?	SI
¿BRINDA SERVICIO?	NO
¿INCORPORA FUENTES?	SI
CRITERIOS DE REDACCION DIGITAL	
OPORTUNIDAD Y RELEVANCIA	SI
SINTESIS	SI
REDACCIÓN ACTIVA	SI
HIPERTEXTUALIDAD / RECURSOS	Fotografía, video

Anexo 2

Captura de la nota:



el tucumano ACTUALIDAD TIEMPO LIBRE DEPORTES

Perchas intervenidas, un mensaje sobre la clandestinidad y el aborto

Este año, en el marco de la conmemoración del Día Internacional de la Mujer, el grupo GIT prepara "Clandestino", una intervención artística colectiva que invita al debate sobre la legalización del proyecto de ley de la Interrupción Voluntaria del Embarazo (IVE).

07 Mar 2019 - 17:12



Una de las perchas que conformarán la obra colectiva. Foto: G.I.T

f Este viernes, en el marco de las actividades organizadas en Tucumán para conmemorar el Día Internacional de la Mujer, el **Grupo Intervencionista Tucumán (G.I.T)** realizará una obra colectiva que tendrá como eje el uso de perchas intervenidas en relación con los abortos clandestinos.

t

"La percha como soporte, como herramienta, como partícipe de situaciones que involucran una práctica ancestral, sobre todo en los sectores de la sociedad más vulnerables. Entendemos que más allá de las posturas a favor o en contra del proyecto de ley, la clandestinidad es el amparo de las prácticas punibles y es sobre éstas prácticas que pretendemos reflexionar. Esta obra única de construcción colectiva abrirá debates para otras interpretaciones y lecturas", sintetizaron desde G.I.T sobre la intervención que se realizará este viernes en la plaza Independencia.

Texto de la nota:

Perchas intervenidas, un mensaje sobre la clandestinidad y el aborto

Este año, en el marco de la conmemoración del Día Internacional de la Mujer, el grupo GIT prepara "Clandestino", una intervención artística colectiva que invita al debate sobre la legalización del proyecto de ley de la Interrupción Voluntaria del Embarazo (IVE).

07 Mar 2019 - 17:12

Este viernes, en el marco de las actividades organizadas en Tucumán para conmemorar el Día Internacional de la Mujer, el Grupo Intervencionista Tucumán (G.I.T) realizará una obra colectiva que tendrá como eje el uso de perchas intervenidas en relación con los abortos clandestinos.

"La percha como soporte, como herramienta, como partícipe de situaciones que involucran una práctica ancestral, sobre todo en los sectores de la sociedad más vulnerables. Entendemos que más allá de las posturas a favor o en contra del proyecto de ley, la clandestinidad es el amparo de las prácticas punibles y es sobre éstas prácticas que pretendemos reflexionar. Esta obra única de construcción colectiva abrirá debates para otras interpretaciones y lecturas", sintetizaron desde G.I.T sobre la intervención que se realizará este viernes en la plaza Independencia.

Este año, G.I.T, que ya realizó otras intervenciones artísticas en espacios públicos, llevará la obra a otras localidades del interior tucumano. "Las perchas intervenidas no se van a exponer solas, sino que van a formar parte de una gran instalación", explicó Yudith, del colectivo de artistas. "Elegimos la percha porque siempre tratamos de estar no estar al margen de los temas actuales que nos pasan a las mujeres. Y como este año en marzo nuevamente se va a tratar el tema de la IVE, si bien no tenemos esperanza de que vaya a salir la ley, porque son las mismas personas, creemos que hay que visibilizar", agregó. "Elegimos una percha porque es lo representativo del aborto clandestino, podría haber sido un perejil, es una de tantísimas formas de abortar", explicó.

En ese sentido, la artista agregó que consideran que si bien "el aborto clandestino existe en todas las clases sociales, la clandestinidad viene a ser la condena de muerte para las que no pueden pagar. Es una manera de visibilizar eso".

Sobre la obra que se montará desde el viernes a las 8.30 de la mañana, las organizadoras -son 4 en G.I.T- calculan que habrá un número importante de perchas intervenidas, dado que hubo más de 150 personas que señalaron que participarían. "Nos llegaron perchas de salta, se sumó una chica de brasil y vamos a imprimirle la

obra", agregó Yudith sobre la convocatoria, en la que participan también personas de toda la provincia. "La convocatoria al igual que años anteriores es una convocatoria abierta, sin distinción de género y se han sumado tanto hombres como mujeres", indicó. Además, este viernes, cualquier persona que quiera ir a participar del montaje que se realizará en la plaza puede hacerlo.

Una obra colaborativa y colectiva

G.I.T arrancó con ese nombre en 2017, con una intervención en el Palacio de Justicia por el 8 de Marzo. "Siempre son proyectos vivos", destacó Yudith. "Lo que nos interesa es que son propuestas para el espacio público, colectivas y colaborativas. Lo que venimos a hacer es a corrernos de este lugar de artista individual y personaje", continuó.

Además, otro punto importante de esta intervención artística, es que como las anteriores, será de carácter itinerante: el 9 estará en la plaza Mitre de Concepción entre las 18 y las 20; el 10 en plaza 25 de Mayo de Aguilares, de 10 a 12; el 11 la obra viajará a la plaza 9 de Julio de La Cocha, de 10 a 12; por último, el 12 se instalará en la plaza Mitre de Tafí Viejo, también por la mañana.

"Sabemos que va a ser controversial pero lo interesante es que este proyecto viene a plantearnos, más allá de las posturas a favor y en contra, que la clandestinidad viene a ser el amparo de estas prácticas", reflexionó Yudith, que señaló que también recibieron para la obra perchas con intervenciones en contra de la despenalización. "Vamos a encontrarnos para colgarlas, hacer el montaje y entre todos vamos a poder vernos, escucharnos", adelantó.

Cuadro de análisis de la nota:

URL ARTICULO:	
http://www.eltucumano.com/noticia/actualidad/254297/perchas-intervenidas-mensaje-sobre-clandestinidad-aborto	
FECHA	SECCIÓN
07/03/2019	ACTUALIDAD
CONTENIDO	
TEMATICAS SOCIALES ABORDADAS	Mujer, género y sexismo; acceso a la Justicia
DATOS	Un grupo artístico realiza una muestra con perchas intervenidas, en el marco de la discusión social por la legalización de la IVE (Interrupción Voluntaria del Embarazo)
FUENTES	Grupo GIT
COMENTARIOS	El diario sostiene en la discusión con sus lectores el debate sobre la legalización del aborto. Tema sobre el que tiene una postura manifiesta a favor.
REACCIONES EN REDES SOCIALES	
FACEBOOK	57
FUNCIONES DE PERIODISMO SOCIAL	
¿DIFUNDE DERECHOS?	SI
¿PROPONE SOLUCIONES?	SI
¿PROMUEVE A LA ACCIÓN?	SI
¿BRINDA SERVICIO?	SI
¿INCORPORA FUENTES?	SI
CRITERIOS DE REDACCION DIGITAL	
OPORTUNIDAD Y RELEVANCIA	SI
SINTESIS	SI
REDACCIÓN ACTIVA	SI
HIPERTEXTUALIDAD / RECURSOS	Fotografías, link a cuenta de FB de GIT

Anexo 3:

Captura de nota:



el tucumano ACTUALIDAD TIEMPO LIBRE DEPORTES

INDIGNANTE

Una vez más la basura opacó la belleza del dique La Angostura

Como todos los años, la noche del sábado dejó cientos de botellas desparramadas en las orillas del embalse ubicado en los Valles Calchaquies. "No es lógico que esperemos al turismo con los brazos abiertos y nos dejen este basural", señaló la cacique del lugar, Margarita Mamani.

14 Ene 2019 - 00:56



Los turistas dejan un basural en los alrededores del dique La Angostura. Foto Margarita Mamani.

La belleza del **dique La Angostura** —que hace unos días fue resaltada por eltucumano.com— quedó opacada debido a la cantidad de basura dejada por los cientos de visitantes que se dan cita en el embalse durante la noche del sábado y la madrugada del domingo.

La cacique **Margarita Mamani** realizó un posteo mostrando el estado del peligro del dique y aseguró sentir impotencia ante la actitud de los turistas con la naturaleza. "No es lógico que esperemos al turismo con los brazos abiertos y nos dejen este basural. Este fin de semana fue un caos total", se quejó en una charla con eltucumano.com.

Texto de nota:

Una vez más la basura opacó la belleza del dique La Angostura

Como todos los años, la noche del sábado dejó cientos de botellas desparramadas en las orillas del embalse ubicado en los Valles Calchaquíes. “No es lógico que esperemos al turismo con los brazos abiertos y nos dejen este basural”, señaló la cacique del lugar, Margarita Mamaní.

14 Ene 2019 - 09:56

La belleza del dique La Angostura —que hace unos días fue resaltada por eltucumano.com— quedó opacada debido a la cantidad de basura dejada por los cientos de visitantes que se dan cita en el embalse durante la noche del sábado y la madrugada del domingo.

La cacique Margarita Mamaní realizó un posteo mostrando el estado del perillago del dique y aseguró sentir impotencia ante la actitud de los turistas con la naturaleza. “No es lógico que esperemos al turismo con los brazos abiertos y nos dejen este basural. Este fin de semana fue un cao total”, se quejó en una charla con eltucumano.com.

“No podemos estar todos levantando basura todo el tiempo. Esto nos indigna porque de la Pachama brota la vida y nosotros la maltratamos”, agregó la cacique que contó que en ocasiones un vecino de El Mollar presta su lancha para sacar las botellas que flotan en el lago.

No solo basura es lo que dejan los turistas los fines de semana, ya que Mamaní aseguró que las personas que se dirigen al lago también realizan destrozos. “Rompen los tachos y los tiran. Pusimos una apacheta junto a un mástil con nuestra Wipala, y rompieron todo. Se llevaron la bandera. La gente no nos respeta. Nos agreden y nos maltratan cuando les decimos algo”, señaló.

Por último hizo un pedido a los turistas que todos los fines de semana llegan a la villa durante la temporada de verano. “Queremos ver limpia a nuestro Mollar, le brindamos lo mejor y queremos que lo cuiden. Debemos cuidar todo. Pedimos conciencias a todos: padres, madres y jóvenes”, finalizó la cacique.

Cuadro de análisis de la nota:

URL ARTICULO:	
http://www.eltucumano.com/noticia/tiempo-libre/253308/vez-mas-basura-opaco-belleza-dique-angostura	
FECHA	SECCIÓN
14/01/2019	Tiempo libre
CONTENIDO	
TEMATICAS SOCIALES ABORDADAS	Medio ambiente
DATOS	Contaminación ambiental por basura que los turistas dejan en la zona del Dique La Angostura.
FUENTES	Cacique comunidad indígena Margarita Mamaní
COMENTARIOS	La cacique pide conciencia y cuidado ambiental a los turistas a la vez que cuenta que la comunidad local cuida la limpieza del lugar
REACCIONES EN REDES SOCIALES	
FACEBOOK	2466
FUNCIONES DE PERIODISMO SOCIAL	
¿DIFUNDE DERECHOS?	NO
¿PROPONE SOLUCIONES?	NO
¿PROMUEVE A LA ACCIÓN?	SI
¿BRINDA SERVICIO?	NO
¿INCORPORA FUENTES?	SI
CRITERIOS DE REDACCION DIGITAL	
OPORTUNIDAD Y RELEVANCIA	SI
SINTESIS	SI
REDACCIÓN ACTIVA	NO
HIPERTEXTUALIDAD / RECURSOS	FOTOGRAFIA

Anexo 4:

Captura de nota:

ACTUALIDAD TIEMPO LIBRE DEPORTES

MOVILIZACIÓN

Marcharán por cuarta vez contra el maltrato animal

La manifestación es organizada por "Movimiento Fucsia" y busca defender los derechos de los animales sin distinción de especie.

© 11 Feb 2019 - 12:49



Foto de Facebook - Movimiento Fucsia.



Bajo la consigna **"No al maltrato, uso y explotación animal"**, el **"Movimiento Fucsia"** convoca a la cuarta marcha contra el maltrato animal que se realizará este viernes 15 de febrero. La concentración será en la esquina de **Santa Fe y 25 de Mayo, a las 20 horas**. Desde allí los manifestantes se desplazarán hasta la plaza Independencia.

Entre las peticiones de este colectivo, se encuentran la implementación de la **Ley 4.346** que tipifica el delito e impone sanciones contra el maltrato animal. Asimismo, solicitan la sanción y promulgación de ordenanzas, decretos y leyes que protejan a los animales en su carácter de seres sintientes; y la abolición de la tracción a sangre, entre otras demandas.

Texto de la nota:

Marcharán por cuarta vez contra el maltrato animal

La manifestación es organizada por "Movimiento Fucsia" y busca defender los derechos de los animales sin distinción de especie.

11 Feb 2019 - 12:49

Bajo la consigna "No al maltrato, uso y explotación animal", el "Movimiento Fucsia" convoca a la cuarta marcha contra el maltrato animal que se realizará este viernes 15 de febrero. La concentración será en la esquina de Santa Fe y 25 de Mayo, a las 20 horas. Desde allí los manifestantes se desplazarán hasta la plaza Independencia.

Entre las peticiones de este colectivo, se encuentran la implementación de la Ley 4.346 que tipifica el delito e impone sanciones contra el maltrato animal. Asimismo, solicitan la sanción y promulgación de ordenanzas, decretos y leyes que protejan a los animales en su carácter de seres sintientes; y la abolición de la tracción a sangre, entre otras demandas.

El Movimiento Fucsia es un grupo auto gestionado que, según informan en su fan page, nació como defensa hacia los derechos de los animales sin distinción de especie, partiendo de la educación como motor principal de cambio, la acción cotidiana y la promoción de valores. Sus acciones apuntan a que todos los animales sean considerados como individuos que merecen ser respetados. Se proponen "priorizar la crítica constructiva y elaborar proyectos que faciliten y aceleren los cambios culturales que las minorías vulneradas hoy demandan".

Cuadro de análisis de la nota:

URL ARTICULO:	
http://www.eltucumano.com/noticia/actualidad/253834/marcharan-cuarta-vez-contra-maltrato-animales	
FECHA	SECCIÓN
11/02/2019	ACTUALIDAD
CONTENIDO	
TEMATICAS SOCIALES ABORDADAS	Medio ambiente, violencia contra los animales
DATOS	Colectivo que defiende los derechos de las mascotas organiza marcha en contra del maltrato animal
FUENTES	Movimiento Fucsia
COMENTARIOS	El grupo organizador quiere concientizar sobre la problemática y dar a conocer las leyes que los protegen y pedir mayor legislación provincia y municipal en la materia. Asimismo piden la abolición de la T.A.S.
REACCIONES EN REDES SOCIALES	
FACEBOOK	2055
FUNCIONES DE PERIODISMO SOCIAL	
¿DIFUNDE DERECHOS?	SI
¿PROPONE SOLUCIONES?	SI
¿PROMUEVE A LA ACCIÓN?	SI
¿BRINDA SERVICIO?	SI
¿INCORPORA FUENTES?	SI
CRITERIOS DE REDACCION DIGITAL	
OPORTUNIDAD Y RELEVANCIA	SI
SINTESIS	SI
REDACCIÓN ACTIVA	SI
HIPERTEXTUALIDAD / RECURSOS	Fotografía, link a FB de Movimiento Fucsia y post de Facebook del evento

Anexo 5:

Captura de la nota:



eltucumano ACTUALIDAD TIEMPO LIBRE DEPORTES

#504

Buscan declarar la "Emergencia Nacional en Violencia de Género"

Las alarmantes cifras de femicidios cometidos en los últimos años impulsan a buscar nuevas leyes y a pedir que se implementen de manera efectiva las normativas que ya existen.

08 Mar 2019 - 10:31



Imagen ilustrativa. Foto de LMNeuquén.

 Desde el observatorio de femicidios de **Mumala (Mujeres de la Matria Latinoamericana)** impulsaron un proyecto para presentar ante el Congreso en el que detallan 15 puntos para implementar la Emergencia Nacional en violencia de género. Según los datos registrados por el observatorio, **en 2018 se registraron un total de 17 femicidios en Tucumán** y en lo que va del año se sumó un nuevo caso, el de **Silvia del Valle Moreno**, de 40 años que murió con quemaduras en el 95% de su cuerpo que habrían sido generadas por su pareja.



Texto de la nota:

Buscan declarar la "Emergencia Nacional en Violencia de Género"

Las alarmantes cifras de femicidios cometidos en los últimos años impulsan a buscar nuevas leyes y a pedir que se implementen de manera efectiva las normativas que ya existen.

08 Mar 2019 - 10:31

Desde el observatorio de femicidios de Mumala (Mujeres de la Matria Latinoamericana) impulsaron un proyecto para presentar ante el Congreso en el que detallan 15 puntos para implementar la Emergencia Nacional en violencia de género. Según los datos registrados por el observatorio, en 2018 se registraron un total de 17 femicidios en Tucumán y en lo que va del año se sumó un nuevo caso, el de Silvia del Valle Moreno, de 40 años que murió con quemaduras en el 95% de su cuerpo que habrían sido generadas por su pareja.

Yanina Muñoz, referente de Mumala Tucumán comentó a eltucumano.com que lanzaron una campaña para declarar a nivel nacional la emergencia en violencia de género. Para esto, además de la propuesta, juntan firmas para acompañar el documento. "La declaración de emergencia tiene que ir acompañada de una propuesta. Nosotras proponemos 15 puntos y la proponemos por dos años. Hemos lanzado esta campaña en una plataforma de internet y en la primera semana hemos juntado 50.000 firmas se adhirieron personalidades significativas".

Si bien en Tucumán se aprobó en la Legislatura a fines del 2016 Ley de Emergencia en Violencia Contra las Mujeres, ha costado que las medidas que preveía esa normativa, se hagan efectivas. "Se han hecho dos fiscalías especializadas y trajoun poco de alivio a esta situación, pero han sido insuficientes y se han demorado en implementarla. Esta realidad que nos ha mostrado enero es muy cruel con muchos hechos de violencia, no solamente en su expresión máxima que es el femicidio sino también en violaciones masivas, nos ha llevado a plantear algunas medidas dentro de las que nosotras consideramos las más urgentes para poder empezar abordar esta realidad y revertirla, la declaración de la emergencia nos daría ese primer panorama", expuso.

La referente además, señaló que para eso es necesario que se garanticen muchas leyes que ya existen como la Ley Micaela, que propone una formación sobre violencia de género para todos los funcionarios públicos. "Es un paso muy importante para destinar presupuesto, y concretar las leyes que ya existen como la Ley 23.485 de Protección Integral Hacia las Mujeres", agregó.

La emergencia es una complementariedad de medidas que tienen que acompañar,"algo está pasando que no llegamos con la respuesta a evitar los femicidios. Nuestra provincia tiene casos resonantes, María Medina, Paulina Lebbos, Claudia Lizárraga

Tenemos un registro de femicidios 24 según nuestro registro en enero de este año y Tucumán no está exenta de esta problemática", dijo.

Propuestas concretas y urgentes para el abordaje de las violencias machistas:

-Marzo 2019 a Marzo 2021. Monitoreo de su implementación y evaluación de resultados:

-Aumento presupuestario para el abordaje de las violencias al Instituto Nacional de las Mujeres

-10 % del Presupuesto de cada Ministerio destinado a políticas hacia la igualdad de oportunidades y derechos entre varones, mujeres e identidades disidentes. (Plan de Igualdad de Oportunidades y Derechos).

-Monitoreo del plan de desarme de los integrantes de fuerzas de seguridad con antecedentes en violencia de género. Impulso de Protocolos provinciales.

-Aplicación urgente de dispositivos electrónicos para agresores sexuales y agresores que incumplen medidas judiciales.

-Asignación para Víctimas de Violencia (AVV). Becas. Rentas para alquiler.

-Creación en el territorio nacional de juzgados y fiscalías especializadas en violencias de género

-Implementación del Patrocinio Jurídico Gratuito

-Aportes a las provincias para creación y fortalecimiento de Áreas de Políticas de género. Así como en Organizaciones de la Sociedad Civil: sindicatos, vecinales, clubes, espacios culturales, etc.

- Incorporación de la perspectiva de género en el registro estadístico nacional de seguridad, desarrollo social, trabajo, producción, hábitat, población, entre otros. (Observatorio)

-Implementación federal del Programa de creación de casas de protección para mujeres en situación de violencia y riesgo de vida.

-Implementación real y efectiva de Educación Sexual Integral en los distintos niveles educativos.

-Creación de equipos interdisciplinarios de acompañamiento a víctimas de violencias en el territorio nacional.

-Urgente implementación de la "Ley Micaela " de formación obligatoria con perspectiva de género para efectores judiciales, de salud, educación y seguridad.

-Campañas Masivas en medios de comunicación sobre leyes vigentes y dispositivos de atención a mujeres víctimas de violencias.

-Las mujeres del país necesitamos medidas urgentes sin dejar de exigir la puesta en marcha del Plan Nacional de Acción para la prevención, asistencia y erradicación de la violencia machista, amparadas en las legislaciones nacionales e internacionales como Belén Do Pará y Convención para la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW).

Cuadro de análisis de la nota:

URL ARTICULO:	
http://www.eltucumano.com/noticia/actualidad/254311/buscan-declarar-emergencia-nacional-violencia-genero	
FECHA	SECCIÓN
08/03/2019	ACTUALIDAD
CONTENIDO	
TEMATICAS SOCIALES ABORDADAS	Mujer, género y sexismo
DATOS	Una ONG lanza una campaña para declarar la emergencia nacional en violencia de género
FUENTES	ONG Mumala
COMENTARIOS	Además de informr de esta iniciativa se hace un repaso por toda la normativa vigente a nivel nacional y local para proteger la integridad de a mujer. Asimismo se da a conocer un listado de medidas que podrían aplicarse para mejorar el manejo de la problemática.
REACCIONES EN REDES SOCIALES	
FACEBOOK	376
FUNCIONES DE PERIODISMO SOCIAL	
¿DIFUNDE DERECHOS?	SI
¿PROPONE SOLUCIONES?	SI
¿PROMUEVE A LA ACCIÓN?	SI
¿BRINDA SERVICIO?	SI
¿INCORPORA FUENTES?	SI
CRITERIOS DE REDACCION DIGITAL	
OPORTUNIDAD Y RELEVANCIA	SI
SINTESIS	NO
REDACCIÓN ACTIVA	SI
HIPERTEXTUALIDAD / RECURSOS	Fotografía, link al formulario de apoyo de la campaña de recolección de firmas.

Anexo 6:

Captura de la nota:



el tucumano ACTUALIDAD TIEMPO LIBRE DEPORTE

BEBÉS DE 2, 4 Y 12 MESES ADULTOS MAYORES DE 65 AÑOS NIÑOS Y ADULTOS CON ENFERMEDADES CRÓNICAS

HISTORIAS DE ACÁ

La carta viral: Gabriel cuida a sus hermanitos y busca trabajo

Cumple 18 años en unos días y pidió la posibilidad de tener un empleo pago para ayudar a su familia. Explica por qué dejó la escuela. El texto completo se compartió en las redes.

15 Mar 2019 - 17:35



Gabriel tiene 17 años y busca trabajo.

UNIDOS CUIDANDO EL FUTURO

f **Gabriel Conde busca trabajo. Cumple 18 años el jueves 28 de marzo y lo único que quiere es trabajo.** Dejó la escuela en quinto año y desde entonces se desempeñó como Seguridad en una empresa, pero como a muchas personas no le alcanza. Y con lo que tenía a mano arrancó un papel de los cuadernos que ya no usa y escribió a mano su curriculum. Ese pedacito de papel donde resume su vida en 14 renglones ha conmovido a los tucumanos que empezaron a viralizarlo en las redes.

T **Trabajo en Cops, una empresa de seguridad privada.** Me pagaban 12 mil pesos pero

Texto de la nota:

La carta viral: Gabriel cuida a sus hermanitos y busca trabajo

Cumple 18 años en unos días y pidió la posibilidad de tener un empleo pago para ayudar a su familia. Explica por qué dejó la escuela. El texto completo se compartió en las redes.

15 Mar 2019 - 17:35

Gabriel Conde busca trabajo. Cumple 18 años el jueves 28 de marzo y lo único que quiere es trabajo. Dejó la escuela en quinto año y desde entonces se desempeñó como Seguridad en una empresa, pero como a muchas personas no le alcanza. Y con lo que tenía a mano arrancó un papel de los cuadernos que ya no usa y escribió a mano su currículum. Ese pedacito de papel donde resume su vida en 14 renglones ha conmovido a los tucumanos que empezaron a viralizarlo en las redes.

“Trabajo en Cops, una empresa de seguridad privada. Me pagaban 12 mil pesos pero ya no pueden mantenerme ese sueldo y empecé a ganar por hora: gano 38 pesos por hora y no nos me alcanza. Tengo a mi cargo a mis dos hermanos y a mi abuelo, con quien vivo en la calle San Javier, en Yerba Buena, cerca de la Solano Vera”, dice Gabriel.

Gabriel Conde mide 1,82 y pesa 78 kilos. Antes de salir a buscar trabajo a la calle, estudiaba en la Comercio de Yerba Buena. “Me olvido las cosas, no las retengo cuando estudio. Le pedía ayuda a la profesora, pero no hizo nada. Fui al médico a ver cuál era mi problema y también me decía que no tenía nada. Entonces dejé de estudiar. Me gustaría volver algún día y completar el secundario, pero ahora tengo que trabajar”.

A Gabriel se le ocurrió trabajar en Cops porque su papá trabajaba ahí hasta que falleció en 2016. “Tenía problemas de pulmón. Cuando mi papá tenía 20 años, se cayó de una escalera. Recién a los 39 años lo operaron por otra cosa y le descubrieron el problema de salud. Como trabajaba ahí, fui a hablar y empecé a trabajar todos los días de 19 a 7. Hoy descanso”, relata el joven de la carta viral.

“Se me ocurrió escribir una carta así porque no sé lo que es un currículum. Puse mi dirección, documento y el teléfono. Yo necesitaba ayuda, y vengo ayudando, pero no me alcanza. Mi abuelo trabajaba en la Municipalidad de Yerba Buena, pero ya no está más: me gustaría trabajar ahí, puedo hacer lo que haga falta, tengo que esperar dos semanas hasta que cumpla los 18”, se entusiasma.

Gerardo Torres fue uno de los tucumanos que compartió el texto: "Hoy recibí esto. Por favor quien tenga posibilidad le da una mano a este chico. Es muy educado y atento". Dice el texto que se compartió en las redes: “Soy Gabriel Conde, vivo en calle San Javier 2213, Yerba Buena. Estuve trabajando en Seguridad Cops, cinco meses y medio. No me pagaron el mes de febrero. Nací el 28 de marzo de 2001, estoy sin escuela. Solo ayudo a mis hermanos y a mi abuelo”.

“Vivo con mi abuelo de chico. Mi papá falleció en 2016. Trabajo noche o día 12 horas. Yo hacía horas extras y no me pagaban. Sólo necesito conseguir el trabajo para ayudar a mi familia”, termina el texto con su número de teléfono: 0381 153-395435. “Me llamaron de Tafí Viejo y de algunos lugares del centro pero no sale nada todavía. Me ofrecí a trabajarles en seguridad barrial o privada. No le tengo miedo a la noche. Espero cumplir los 18 con trabajo. Sé que está difícil, pero es lo único que pido”.

Cuadro de análisis de la nota:

URL ARTICULO:	
http://www.eltucumano.com/noticia/tiempo-libre/254457/carta-viral-gabriel-cuida-sus-hermanitos-busca-trabajo	
FECHA	SECCIÓN
15/03/2019	TIEMPO LIBRE
CONTENIDO	
TEMATICAS SOCIALES ABORDADAS	Pobreza
DATOS	Un menor, proximo a cumplir la mayoría de edad, pide trabajo para poder mantener a su hermanos y su abuelo, todos a su cargo
FUENTES	Joven protagonista de la historia
COMENTARIOS	A partir de la viralización por FB de una carta del joven donde cuenta su historia, se entrevista al muchacho que pide trabajo. Se facilitan medios de contacto con el muchacho para quienes puedan ayudarlo. Además de hacer hincapié en su necesidad de trabajo se cuenta que quiere terminar de estudiar.
REACCIONES EN REDES SOCIALES	
FACEBOOK	2920
FUNCIONES DE PERIODISMO SOCIAL	
¿DIFUNDE DERECHOS?	SI
¿PROPONE SOLUCIONES?	NO
¿PROMUEVE A LA ACCIÓN?	SI
¿BRINDA SERVICIO?	SI
¿INCORPORA FUENTES?	SI
CRITERIOS DE REDACCION DIGITAL	
OPORTUNIDAD Y RELEVANCIA	SI
SINTESIS	SI
REDACCIÓN ACTIVA	SI
HIPERTEXTUALIDAD / RECURSOS	Fotografía

Anexo 7:

Captura de la nota:



eltucumano ACTUALIDAD TIEMPO LIBRE DEPORTES

MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA GOBIERNO DE TUCUMÁN

OPINIÓN

Baja en la edad de punibilidad: Una medida demagógica que no resuelve ninguna problemática

La abogada Florencia Vallino analiza el impacto del proyecto del Gobierno Nacional para dar respuesta a los reclamos por más seguridad.

© 09 Ene 2019 - 17:00



La Ilustración es de Human Right Watch.

JUAN MANZUR GOBERNADOR LISTA 811 FRENTE JUSTICIA POR TUCUMÁN

 A contramano de las recomendaciones que el **Comité de los Derechos del Niño de la ONU** realizó recientemente al Estado argentino,^[1] el gobierno nacional insiste en bajar la edad de punibilidad para adolescentes en conflicto con la ley, una medida demagógica en un año electoral.

En 2018 el Comité recomendó al Estado Argentino que "apruebe una ley

Texto de la Nota:

Baja en la edad de punibilidad: Una medida demagógica que no resuelve ninguna problemática

La abogada Florencia Vallino analiza el impacto del proyecto del Gobierno Nacional para dar respuesta a los reclamos por más seguridad.

09 Ene 2019 - 17:00

A contramano de las recomendaciones que el Comité de los Derechos del Niño de la ONU realizó recientemente al Estado argentino,[1] el gobierno nacional insiste en bajar la edad de punibilidad para adolescentes en conflicto con la ley, una medida demagógica en un año electoral.

En 2018 el Comité recomendó al Estado Argentino que “apruebe una ley general de justicia juvenil compatible con la Convención y las normas internacionales en materia de justicia juvenil, en particular en lo que respecta a garantizar que la privación de libertad sólo se utilice como último recurso y por el período de tiempo más breve posible, y que no incluya disposiciones que puedan endurecer las penas o reducir la edad de responsabilidad penal”[2].

En el mismo sentido, entre los organismos pertenecientes al Sistema Interamericano de Derechos Humanos, la Corte (Fallo Mendoza 2014) ordenó al Estado a adecuar su régimen penal a los estándares en la materia, mientras que la Comisión Interamericana en su informe Violencia, Niñez y Crimen Organizado en las Américas 2016 exhortó a los Estados de la región a aumentar la edad mínima de responsabilidad penal. El estándar desarrollado conforma el piso mínimo de garantía de derechos a los que el Estado argentino se compromete a respetar como marco para su política pública. Este piso se conjuga, a su vez, con el principio de progresividad y no regresividad en materia de derechos humanos: bajar la edad es incompatible con la Convención.

En los últimos dos años la gestión de Cambiemos, lejos de fortalecer el ya debilitado Sistema de Protección Integral, ha tomado medidas en materia de salud y educación que impactaron e impactan de manera directa en niños, niñas y adolescentes del país, perpetrando y reproduciendo vulneraciones a sus derechos. Esto es, les hace pagar las consecuencias de un modelo económico, social y cultural liberal, con un aumento escalonado de la pobreza y un achicamiento del Estado, perjudicando las condiciones de vida y obstaculizando las posibilidades de desarrollo de los, las y les adolescentes de nuestro país

En este entramado opera también la selectividad propia del sistema penal, de cuya versión juvenil son principales destinatarios los adolescentes varones de los sectores populares, para quienes la constante en sus trayectorias personales ha sido la violencia estatal. Se reproduce la violencia de un Estado ausente en la garantía de derechos, a través de su aparato represivo que criminaliza, persigue, estigmatiza y asesina adolescentes pobres.

En Tucumán, el asesinato de Facundo Ferreira se materializa como caso testigo de esta violencia estatal que, doctrina Chocobar mediante, aparece para castigar con métodos cada vez más brutales. El reciente informe presentado por Unicef^[3] Las voces de las y los adolescentes privados de libertad en Argentina (2018), da cuenta de estas trayectorias comunes, marcadas por un Estado que en vez de respetar, proteger y garantizar derechos con políticas públicas para los chicos y las chicas, está ausente o es ineficaz pero casi invariablemente violento.

Sin lugar a dudas el régimen penal vigente demanda una reforma urgente que otorgue garantías procesales a adolescentes, que ponga fin al sistema tutelar actual, signado por la discrecionalidad con la que jueces y juezas deciden las medidas aplicables a adolescentes. Pero la reforma debe inexorablemente adecuarse a los estándares en la materia; la reforma debe ser compatible con la Convención de los Derechos del Niño.

Florencia Vallino es abogada y coordinadora Área Derechos de Niñez y Adolescencia de la ONG ANDHES

[1]

https://tbinternet.ohchr.org/_layouts/treatybodyexternal/Download.aspx?symbolno=CR.C%2fC%2fARG%2fCO%2f5-6&Lang=es

[2] El Comité es un órgano de expertos en materia de niñez, creado por la Convención de los Derechos del Niño, que interpreta el contenido de la convención, y da vida a la letra del tratado - cuya competencia además ha sido reconocida por nuestro país con la ratificación del III Protocolo Facultativo a la Convención.

[3]

https://www.unicef.org/argentina/sites/unicef.org.argentina/files/2018-11/PRO_LasVocesAPL_web.pdf

Cuadro de análisis de la nota:

URL ARTICULO:	
http://www.eltucumano.com/noticia/opinion/253245/baja-edad-punibilidad-medida-demagogica-no-resuelve-ninguna-problematica	
FECHA	SECCIÓN
09/01/2019	OPINION
CONTENIDO	
TEMATICAS SOCIALES ABORDADAS	Infancia y adolescencia, acceso a la Justicia, violencia institucional, pobreza
DATOS	La autora cuestiona el proyecto para la baja de la edad de imputabilidad, y propone una reforma que se adapte a las recomendaciones que el Comité de los Derechos del Niño de la ONU
FUENTES	Convención de los Derechos del Niño, documento de UNICEF "Las voces de las y los adolescentes privados de libertad en Argentina", Observaciones finales del Comité de Derechos del Niño sobre los informes 5 y 6 de Argetina en dicha materia.
COMENTARIOS	La autora expresa su rechazo al proyecto oficial, presenta las incompatibilidades jurídicas del mismo y propone una reforma que contemple los planteos y sugerencias que realiza la ONU y se adecúan a los Pactos y Convecciones a los que Argentina está subscripto
REACCIONES EN REDES SOCIALES	
FACEBOOK	54
FUNCIONES DE PERIODISMO SOCIAL	
¿DIFUNDE DERECHOS?	SI
¿PROPONE SOLUCIONES?	SI
¿PROMUEVE A LA ACCIÓN?	SI
¿BRINDA SERVICIO?	SI
¿INCORPORA FUENTES?	SI
CRITERIOS DE REDACCION DIGITAL	
OPORTUNIDAD Y RELEVANCIA	SI
SINTESIS	SI
REDACCIÓN ACTIVA	SI
HIPERTEXTUALIDAD / RECURSOS	Imagen, link a documentos citados.

Anexo 8:

Captura de la nota:



eltucumano ACTUALIDAD TIEMPO LIBRE DEPORT

¿QUIÉNES DEBEN VACUNARSE?

MANIFESTACIÓN

Se movilizarán por la niña de 11 años embarazada tras una violación

Este lunes concentrarán frente a la Casa de Gobierno para exigir que se respeten los derechos de la menor, a la que se le impide una Interrupción Legal del Embarazo (ILE)

24 Feb 2019 - 10:46



Foto de Elena Nicolay para La Polta.



JUAN MANZUR GOBERNADOR LISTA 811 DICHTE PARTICIPATIVA POR TUCUMÁN

f Este **lunes 25 de febrero** organizaciones sociales y pertenecientes al movimiento de mujeres concentrarán a las 12.30 horas frente a la Casa de Gobierno para exigir que se garantice el acceso a la **Interrupción Legal del Embarazo (ILE) a la niña de 11 años embarazada tras una violación.**

t

Denuncian estrategias de dilación para implementar el **Protocolo de Aborto No Punible** del ex Ministerio de Salud de la Nación, que rige en todo el país y establece que: "en el

Texto de la nota:

Se movilizarán por la niña de 11 años embarazada tras una violación

Este lunes concentrarán frente a la Casa de Gobierno para exigir que se respeten los derechos de la menor, a la que se le impide una Interrupción Legal del Embarazo (ILE)

24 Feb 2019 - 10:46

Este lunes 25 de febrero organizaciones sociales y pertenecientes al movimiento de mujeres concentrarán a las 12.30 horas frente a la Casa de Gobierno para exigir que se garantice el acceso a la Interrupción Legal del Embarazo (ILE) a la niña de 11 años embarazada tras una violación.

Denuncian estrategias de dilación para implementar el Protocolo de Aborto No Punible del ex Ministerio de Salud de la Nación, que rige en todo el país y establece que: “en el caso de las niñas y adolescentes menores de catorce años, se deberá respetar su derecho a ser escuchadas y a que su opinión sea tenida en cuenta. Esto se basa en el principio de la “autonomía progresiva”.

Las leyes actuales argentinas contemplan en el Código Penal ese derecho de las mujeres. A esto, se suma el Fallo F.A.L, que sentó precedentes. Los casos en los que el aborto no es punible son: si el embarazo representa un peligro para la vida de la mujer y este peligro no puede ser evitado por otros medios; si el embarazo representa un peligro para la salud de la mujer (entendida la salud como el bienestar físico, mental-emocional y social) y si el embarazo proviene de una violación. La mujer no debe pedir autorización a la Justicia y tampoco es necesaria una denuncia previa por violación.

A comienzos de febrero la madre de la menor denunció en la Unidad Regional Este que su hija fue abusada por la pareja de su abuela. Los hechos, según la denuncia, ocurrieron en una localidad del interior provincial. La niña actualmente está internada en un Hospital del sistema público de salud, bajo la supervisión de profesionales.

Cuadro de análisis de la nota:

URL ARTICULO:	
http://www.eltucumano.com/noticia/actualidad/254077/se-movilizaran-nina-11-anos-embarazada-tras-violacion	
FECHA	SECCIÓN
24/02/2019	ACTUALIDAD
CONTENIDO	
TEMATICAS SOCIALES ABORDADAS	Mujer, género y sexismo; acceso a la Justicia
DATOS	Agrupaciones convocan a movilización para que se cumpla el protocolo de ILE en el caso de la niña abusada y embarazada.
FUENTES	Aborto legal Tucumán, Ni Una Menos Tucuman, La Casa de las Muejers Norma Nasif
COMENTARIOS	En la nota además de dar a conocer la convocatoria se hace un repaso del caso de la legislación vigente al respecto.
REACCIONES EN REDES SOCIALES	
FACEBOOK	841
FUNCIONES DE PERIODISMO SOCIAL	
¿DIFUNDE DERECHOS?	SI
¿PROPONE SOLUCIONES?	SI
¿PROMUEVE A LA ACCIÓN?	SI
¿BRINDA SERVICIO?	SI
¿INCORPORA FUENTES?	SI
CRITERIOS DE REDACCION DIGITAL	
OPORTUNIDAD Y RELEVANCIA	SI
SINTESIS	SI
REDACCIÓN ACTIVA	SI
HIPERTEXTUALIDAD / RECURSOS	Fotografía, link a Código Penal, Fallo Fal, Posts de FB de las ONG

Anexo 9:

Captura de la nota:



el tucumano ACTUALIDAD TIEMPO LIBRE DEPORTES

INICIATIVA

Presentarán un amparo por frenar los aumentos de la luz

La Defensoría del Pueblo realizará una presentación judicial para solicitar a Nación que mantenga la tarifa social de la electricidad. La medida afecta a 160.000 familias tucumanas.

04 Ene 2019 - 08:53

f
t

En virtud de una resolución del Gobierno Nacional, a partir del 1 enero no rige más la tarifa social para el servicio de energía eléctrica, una medida que afecta a 160.000 familias tucumanas. Por ese motivo, **Fernando Juri**, a cargo del Poder Ejecutivo, mantuvo una reunión con el titular de la Federación de Organizaciones en Defensa de los Consumidores y Usuarios (FODECUS), **José García**, en la que trataron sobre el impacto que tendrá esta medida en la provincia.

"FODECUS plantea una situación que impacta sobre las personas más carenciadas de Tucumán, a las cuales se incrementan sus facturas entre un 30 y un 50%", indicó el funcionario, quien agregó que "me comuniqué con el Defensor del Pueblo (**Fernando Juri Debbo**) para que **realice una presentación judicial**. Así que esperamos de que el gobierno Nacional advierta esta situación y den marcha atrás con la medida".

Por su parte, el titular de FODECUS sostuvo que si es necesario llevarán el reclamo directamente a Nación. "En esta oportunidad no solo trajimos protesta sino también una propuesta de la formación posible de una especie de concejo económico social donde participen las entidades empresarias, Gobierno y usuario para ver de que manera salimos de esta crisis", aseguró.

"Cuando implementaron el tarifazo dijeron que la Tarifa Social era para contener a las familias vulnerables. Sin embargo, ahora no solamente aumentan los costos sino que además quitan la única contención que ellos dicen que dan", cerró García.

Texto de la Nota:

Presentarán un amparo por frenar los aumentos de la luz

La Defensoría del Pueblo realizará una presentación judicial para solicitar a Nación que mantenga la tarifa social de la electricidad. La medida afecta a 160.000 familias tucumanas.

04 Ene 2019 - 08:53

En virtud de una resolución del Gobierno Nacional, a partir del 1 enero no rige más la tarifa social para el servicio de energía eléctrica, una medida que afecta a

160.000 familias tucumanas. Por ese motivo, Fernando Juri, a cargo del Poder Ejecutivo, mantuvo una reunión con el titular de la Federación de Organizaciones en Defensa de los Consumidores y Usuarios (FODECUS), José García, en la que trataron sobre el impacto que tendrá esta medida en la provincia.

“FODECUS plantea una situación que impacta sobre las personas más carenciadas de Tucumán, a las cuales se incrementan sus facturas entre un 30 y un 50%”, indicó el funcionario, quien agregó que “me comuniqué con el Defensor del Pueblo (Fernando Juri Debbo) para que realice una presentación judicial. Así que esperamos de que el gobierno Nacional advierta esta situación y den marcha atrás con la medida”.

Por su parte, el titular de FODECUS sostuvo que si es necesario llevarán el reclamo directamente a Nación. “En esta oportunidad no solo trajimos protesta sino también una propuesta de la formación posible de una especie de concejo económico social donde participen las entidades empresarias, Gobierno y usuario para ver de que manera salimos de esta crisis”, aseguró.

“Cuando implementaron el tarifazo dijeron que la Tarifa Social era para contener a las familias vulnerables. Sin embargo, ahora no solamente aumentan los costos sino que además quitan la única contención que ellos dicen que dan”, cerró García.

Cuadro de análisis de la nota:

URL ARTICULO:	
http://www.eltucumano.com/noticia/actualidad/253134/presentaran-amparo-frenar-aumentos-luz	
FECHA	SECCION
04/01/2019	ACTUALIDAD
CONTENIDO	
TEMATICAS SOCIALES ABORDADAS	POBREZA, ACCESO A LA JUSTICIA
DATOS	Defensoría del Pueblo y una ONG accionan contra el incremento de la tarifa eléctrica de Tucumán
FUENTES	Defensoría del Pueblo de Tucumán. ONG FODECUS
COMENTARIOS	Ambas instituciones accionarán ante la nación para impedir retrotraer la quita de Tarifa Social en servicio eléctrico. La ONG además propone acciones para buscar una solución a la situación.
REACCIONES EN REDES SOCIALES	
FACEBOOK	2509
FUNCIONES DE PERIODISMO SOCIAL	
¿DIFUNDE DERECHOS?	SI
¿PROPONE SOLUCIONES?	SI
¿PROMUEVE A LA ACCIÓN?	SI
¿BRINDA SERVICIO?	SI
¿INCORPORA FUENTES?	SI
CRITERIOS DE REDACCION DIGITAL	
OPORTUNIDAD Y RELEVANCIA	SI
SINTESIS	SI
REDACCIÓN ACTIVA	SI
HIPERTEXTUALIDAD / RECURSOS	FOTOGRAFIA

Anexo 10:

Captura de la nota:

eltucumano

ACTUALIDAD TIEMPO LIBRE DEPORTES

RECUPERAR LO PERDIDO

Compró un tucán en Salta y lo donó a la Reserva de Horco Molle

Al enterarse del proyecto para repoblar la provincia con estas aves, decidió ponerse en contacto con los especialistas para entregarlo y para que, eventualmente, pueda regresar a su hábitat natural. Es la primera vez que un particular se suma a la iniciativa.

13 Feb 2019 - 16:26



El primer ejemplar donado por un particular. Foto: Facebook Proyecto Tucán

f **t**

A fines de 2018, un grupo de instituciones públicas y privadas se unieron para crear un proyecto que tenga como objetivo reintroducir al tucán en la provincia. Y la iniciativa, está dando sus frutos: en las últimas horas, **Ángel Gabriel Castaño** se acercó a la Reserva de Horco Molle para donar un ejemplar joven.

En el marco del convenio entre la Universidad de San Pablo T, la Facultad de Ciencias Naturales de la Universidad Nacional (UNT), la Dirección de Flora y Fauna Silvestre de la Provincia y la Secretaría de Desarrollo Productivo, especialistas de la provincia trabajan en el primer proyecto de este tipo en Tucumán y el NOA.

Recientemente, **Diego Ortiz**, biólogo especialista en aves de la Reserva de Horco Molle, explicó a eltucumano que la idea es repoblar los ambientes en los que hace algunos años volaban los tucanes. La idea es "darles una segunda oportunidad" a aquellos que viven como mascotas. Si bien en cautiverio estas aves pueden vivir varios años, sufren el

120

Texto de la Nota:

Compró un tucán en Salta y lo donó a la Reserva de Horco Molle

RECUPERAR LO PERDIDO

Al enterarse del proyecto para repoblar la provincia con estas aves, decidió ponerse en contacto con los especialistas para entregarlo y para que, eventualmente, pueda regresar a su hábitat natural. Es la primera vez que un particular se suma a la iniciativa.

13 Feb 2019 - 16:26

A fines de 2018, un grupo de instituciones públicas y privadas se unieron para crear un proyecto que tenga como objetivo reintroducir al tucán en la provincia. Y la iniciativa, está dando sus frutos: en las últimas horas, Ángel Gabriel Castaño se acercó a la Reserva de Horco Molle para donar un ejemplar joven.

En el marco del convenio entre la Universidad de San Pablo T, la Facultad de Ciencias Naturales de la Universidad Nacional (UNT), la Dirección de Flora y Fauna Silvestre de la Provincia y la Secretaría de Desarrollo Productivo, especialistas de la provincia trabajan en el primer proyecto de este tipo en Tucumán y el NOA.

Recientemente, Diego Ortiz, biólogo especialista en aves de la Reserva de Horco Molle, explicó a el tucumano que la idea es repoblar los ambientes en los que hace algunos años volaban los tucanes. La idea es "darles una segunda oportunidad" a aquellos que viven como mascotas. Si bien en cautiverio estas aves pueden vivir varios años, sufren el encierro y la mala nutrición. Para lograr reintroducirlos, se los reeducará para que se adapten nuevamente a la vida silvestre. Y en el caso de que el ave no pueda hacerlo, la intención es que tengan pichones que logren ser libres.

El martes, la campaña que impulsaron dio un nuevo fruto. Desde la página de Facebook de Proyecto Tucán anunciaron que recibieron el primer ejemplar donado por un particular. En la publicación señalaron que se Castaño, que obtuvo un tucán juvenil en la provincia de Salta, conoció de la iniciativa y de la problemática del uso de animales silvestres como mascotas a través de la campaña de concientización que llevan adelante en el marco de la campaña. "Al ver las notas, publicadas en distintos medios de difusión, relacionadas con la conservación del tucán, decidió comunicarse con nosotros para la entrega de este joven ejemplar", señalaron.

Desde las redes, felicitaron a Castaño y a su familia por sumarse a la iniciativa. "Esperamos que otras personas que posean o quieran adquirir tucanes y otros animales silvestres, recapaciten y comprendan que el comercio ilegal de fauna está llevando a la extinción a muchas especies. Si tenés un tucán, acercate y ayúdanos a darle una oportunidad de volver a ser libre y contribuir a su conservación", invitaron.

Cuadro de análisis de la nota:

URL ARTICULO:	
http://www.eltucumano.com/noticia/actualidad/253875/compro-tucan-salta-lo-dono-reserva-horco-molle	
FECHA	SECCIÓN
13/02/2019	ACTUALIDAD
CONTENIDO	
TEMATICAS SOCIALES ABORDADAS	Medio ambiente
DATOS	Un particular entregó un Tucán que vivía en cautiverio en Salta en el marco del proyecto Tucán
FUENTES	Proyecto Tucán (Universidad de San Pablo T, la Facultad de Ciencias Naturales de la Universidad Nacional (UNT), la Dirección de Flora y Fauna Silvestre de la Provincia y la Secretaría de Desarrollo Productivo)
COMENTARIOS	Distintos organismos se unieron en un proyecto que busca la recuperación de tucanes mantenidos en cautiverio para reinsertarlos en su habitat natiral y desalentar la tenencia de los mismos
REACCIONES EN REDES SOCIALES	
FACEBOOK	1491
FUNCIONES DE PERIODISMO SOCIAL	
¿DIFUNDE DERECHOS?	NO
¿PROPONE SOLUCIONES?	SI
¿PROMUEVE A LA ACCIÓN?	SI
¿BRINDA SERVICIO?	NO
¿INCORPORA FUENTES?	SI
CRITERIOS DE REDACCION DIGITAL	
OPORTUNIDAD Y RELEVANCIA	SI
SINTESIS	SI
REDACCIÓN ACTIVA	SI
HIPERTEXTUALIDAD / RECURSOS	Fotografías, link de Facebook

Anexo 11:

Captura de la nota:



el tucumano ACTUALIDAD TIEMPO LIBRE DEPORTE

VISIBILIZACIÓN

La campaña “Banco Rojo” recordará a tres tucumanas víctimas de femicidio

Este martes se intervendrán espacios públicos en el marco de la campaña que busca visibilizar y concientizar sobre la violencia de género.

© 18 Feb 2019 - 09:35



f **t**

En el marco de la campaña “**Banco Rojo**”, realizarán intervenciones este martes en espacios públicos para visibilizar y concientizar sobre la violencia de género y los femicidios. En esta ocasión se intervendrán plazas que recordarán a **Paulina Lebbos**, a **María Medina** y a **Claudia Lizárraga**.

Recientemente la **Municipalidad de San Miguel de Tucumán** anunció su adhesión a la movida internacional que consiste en instalar bancos rojos en los espacios públicos de las ciudades en nombre de víctimas de femicidio. En este sentido, **este martes 19 a partir de las 10**, se realizará un acto para descubrir las intervenciones realizadas en los bancos del parque Avellaneda y de las plazas del barrio Jardín e Yrigoyen.

Texto de la Nota:

La campaña “Banco Rojo” recordará a tres tucumanas víctimas de femicidio

Este martes se intervendrán espacios públicos en el marco de la campaña que busca visibilizar y concientizar sobre la violencia de género.

18 Feb 2019 - 09:35

En el marco de la campaña “Banco Rojo”, realizarán intervenciones este martes en espacios públicos para visibilizar y concientizar sobre la violencia de género y los femicidios. En esta ocasión se intervendrán plazas que recordarán a Paulina Lebbos, a María Medina y a Claudia Lizárraga.

Recientemente la Municipalidad de San Miguel de Tucumán anunció su adhesión a la movida internacional que consiste en instalar bancos rojos en los espacios públicos de las ciudades en nombre de víctimas de femicidio. En este sentido, este martes 19 a partir de las 10, se realizará un acto para descubrir las intervenciones realizadas en los bancos del parque Avellaneda y de las plazas del barrio Jardín e Yrigoyen.

Los casos

Las intervenciones se realizan en memoria de Paulina Lebbos, fallecida el 26 de febrero de 2006 cuando tenía 23 años. Después de haber ido a bailar al boliche “Gitana” de la zona del Abasto, se subió a un remise Fiat Duna junto a su amiga, Virginia Mercado. La compañera descendió en La Rioja al 400 y ella continuó viaje hacia la casa de César Soto, la pareja y padre de su única hija. Sin embargo, nunca llegó al domicilio ubicado en la zona del parque 9 de Julio. La sentencia del juicio por el crimen se dará a conocer el próximo 25 de febrero.

Otra de las víctimas de la violencia machista fue María Medina, quien tenía 32 años cuando su marido la asesinó el 11 de abril de 2012 rociándole combustible y prendiéndole fuego.

Por último será recordada Claudia Lizárraga de 42 años, fallecida el 18 de octubre de 2016 apuñalada en una plaza de Tucumán por su exmarido. El día que la asesinó, llevaba en la cartera una denuncia que había realizado contra el hombre.

Asistencia a las víctimas

El Centro de Violencia, Mujer y Derechos Humanos, ubicado en avenida Juan B. Justo 965, funciona de lunes a viernes, de 8 a 15, y cuenta con trabajadores sociales, psicólogos y abogados que brindan asistencia a las víctimas de violencia

Cuadro de análisis de la nota:

URL ARTICULO:	
http://www.eltucumano.com/noticia/actualidad/253947/campana-banco-rojo-recordara-tres-tucumanas-victimas-femicidio	
FECHA	SECCIÓN
18/02/2019	ACTUALIDAD
CONTENIDO	
TEMATICAS SOCIALES ABORDADAS	Mujer, género y sexismo; acceso a la Justicia
DATOS	Se recuerda que se llevará a cabo en tres plazas de la capital la Campaña Mundial "Banco Rojo" al igual que le municipio de Tafí Viejo. Se recordará con ella a tres víctimas de casos de violencia de género: Paulina Lebbos, María Medina y Claudia Lizárraga.
FUENTES	ONG Antígona, Municipio de San Miguel de Tucumán, Secretaría de DDHH de la Nación
COMENTARIOS	Se da continuidad al seguimiento de este evento. Además de hacer un repaso por los casos de las tre mujeres que se recordarán en los bancos, se pone al pie los datos para denunciar estos tipos de hechos
REACCIONES EN REDES SOCIALES	
FACEBOOK	479
FUNCIONES DE PERIODISMO SOCIAL	
¿DIFUNDE DERECHOS?	SI
¿PROPONE SOLUCIONES?	NO
¿PROMUEVE A LA ACCIÓN?	SI
¿BRINDA SERVICIO?	SI
¿INCORPORA FUENTES?	NO
CRITERIOS DE REDACCION DIGITAL	
OPORTUNIDAD Y RELEVANCIA	SI
SINTESIS	SI
REDACCIÓN ACTIVA	SI
HIPERTEXTUALIDAD / RECURSOS	Fotografía y enlace a nota relacionada.

Anexo 12:

Captura de la nota:

el tucumano ACTUALIDAD TIEMPO LIBRE DEPORTES

RECLAMO

Abogados del Estado defenderán gratis a víctimas de violencia de género

Tucumán será una de las 13 provincias que tendrá un representante del Cuerpo de Abogadas y Abogados para Víctimas de Violencia de Género de todo el país.

18 Mar 2019 - 11:22

La Ley Nacional 27.210, sancionada a fines de 2015, preveía crear un Cuerpo de Abogadas y Abogados para Víctimas de Violencia de Género de todo el país. Tres años después, se presentan los primeros trece profesionales de este cuerpo: doce abogadas y un abogado, que atenderán las demandas de trece jurisdicciones. Un abogado para cada provincia. El resto del país debe seguir esperando.

El ministro de Justicia de la Nación, **Germán Garavano**, presenta este lunes el cuerpo de profesionales que comenzará a patrocinar gratuitamente en abril. Las provincias elegidas son: Tucumán, Chaco, Corrientes, Formosa, Misiones, Entre Ríos, Jujuy, Salta, La Rioja, Santiago del Estero, Catamarca, Neuquén y la ciudad de La Plata.

"Queremos profesionales que sean buenos litigantes. Poner a las víctimas en sus manos es una enorme responsabilidad. Por eso, deben tener trayectoria y experiencia en la materia", aseguró Garavano en declaraciones que refleja el diario [Clarín](#).

Texto de la Nota:

Abogados del Estado defenderán gratis a víctimas de violencia de género

Tucumán será una de las 13 provincias que tendrá un representante del Cuerpo de Abogadas y Abogados para Víctimas de Violencia de Género de todo el país.

18 Mar 2019 - 11:22

La Ley Nacional 27.210, sancionada a fines de 2015, preveía crear un Cuerpo de Abogadas y Abogados para Víctimas de Violencia de Género de todo el país. Tres años después, se presentan los primeros trece profesionales de este cuerpo: doce abogadas y un abogado, que atenderán las demandas de trece jurisdicciones. Un abogado para cada provincia. El resto del país debe seguir esperando.

El ministro de Justicia de la Nación, Germán Garavano, presenta este lunes el cuerpo de profesionales que comenzará a patrocinar gratuitamente en abril. Las provincias elegidas son: Tucumán, Chaco, Corrientes, Formosa, Misiones, Entre Ríos, Jujuy, Salta, La Rioja, Santiago del Estero, Catamarca, Neuquén y la ciudad de La Plata.

“Queremos profesionales que sean buenos litigantes. Poner a las víctimas en sus manos es una enorme responsabilidad. Por eso, deben tener trayectoria y experiencia en la materia”, aseguró Garavano en declaraciones que refleja el diario Clarín.

Según explican desde el Ministerio, la selección de las regiones del Noroeste y Noreste para comenzar la implementación del Cuerpo "se basó en un diagnóstico de necesidades jurídicas insatisfechas de la cartera, en el que se evidenció que estas poblaciones están en una situación de mayor vulnerabilidad que el resto".

Según se informó, además, se podrá acceder al patrocinio a través de la Red de Centros de Acceso a Justicia (CAJ). Los profesionales de los CAJ entrevistarán a las víctimas de violencia de género y derivarán los casos al Cuerpo para que se asigne un profesional.

La subsecretaria de Acceso a la Justicia, María Fernanda Rodríguez, remarca: "El desafío es seleccionar más abogados con perspectiva de género, para esto armamos un programa de capacitación virtual que recorre varios de los desafíos reales con los que se enfrentarán las profesionales. El número de abogados, de los 13 que presentamos hoy, irá aumentando de acuerdo a la demanda".

Se informó que a su vez se trabajará junto al Instituto Nacional de las Mujeres (INAM), el Poder Judicial, el Ministerio Público de la Defensa y Fiscal, otros organismos y entidades de la sociedad civil para ampliar el beneficio estipulado en la Ley.

Cuadro de análisis de la nota:

URL ARTICULO:	
http://www.eltucumano.com/noticia/actualidad/254507/abogados-estado-defenderan-gratis-victimas-violencia-genero	
FECHA	SECCIÓN
18/03/2019	ACTUALIDAD
CONTENIDO	
TEMATICAS SOCIALES ABORDADAS	Acceso a la Justicia; mujer, género y sexismo
DATOS	Un abogado tucumano integrará e cuerpo nacional que defenderá gratuitamente a víctimas de violencia de género de todo el país
FUENTES	Mtro de Justicia de la Nación, Subsecretaria de Acceso a la Justicia de la Nación
COMENTARIOS	En el cuerpo de la noticia se habla a grandes rasgos del mecanismo que tendrá este servicio para las víctimas
REACCIONES EN REDES SOCIALES	
FACEBOOK	60
FUNCIONES DE PERIODISMO SOCIAL	
¿DIFUNDE DERECHOS?	SI
¿PROPONE SOLUCIONES?	SI
¿PROMUEVE A LA ACCIÓN?	SI
¿BRINDA SERVICIO?	NO
¿INCORPORA FUENTES?	NO
CRITERIOS DE REDACCION DIGITAL	
OPORTUNIDAD Y RELEVANCIA	SI
SINTESIS	SI
REDACCIÓN ACTIVA	SI
HIPERTEXTUALIDAD / RECURSOS	Fotografía, link a la nota de Clarín

Anexo 13:

Captura de la nota:

The screenshot shows the website 'eltucumano' with a dark green header. The main navigation includes 'ACTUALIDAD', 'TIEMPO LIBRE', and 'DEPORTE'. A prominent blue banner reads 'LAS VACUNAS SON OBLIGATORIAS Y GRATUITAS EN TODOS LOS CAPS Y HOSPITALES'. Below this, a green tag says 'NO ALCANZA'. The article title is 'Pagar la luz descalzo: la imagen que más duele del tarifazo en Tucumán'. The text describes a chaotic scene at EDET where people were paying electricity bills in installments, and a viral photo of a man in a queue. The author is Alfredo Aráoz, dated 06 Mar 2019. A photo shows a long queue of people at a counter. Below the photo is a banner for 'JUAN MANZUR GOBERNADOR' with 'LISTA 811' and 'FRENTE A RITICALISTA POR TUCUMÁN'. Social media icons for Facebook and Twitter are present, followed by a short bio of José López.

eltucumano ACTUALIDAD TIEMPO LIBRE DEPORTE

LAS VACUNAS SON OBLIGATORIAS Y GRATUITAS EN TODOS LOS CAPS Y HOSPITALES

NO ALCANZA

Pagar la luz descalzo: la imagen que más duele del tarifazo en Tucumán

Esta mañana se vivió un caos en EDET: miles de usuarios colapsaron las instalaciones de la empresa para pagar las boletas en cuotas y entre ellos se viralizó la foto de un hombre en la caja. El relato del periodista Augusto López: "Sin plata para poder comprarse unas zapatillas pero pagando la luz".

ALFREDO ARÁOZ 06 Mar 2019 - 20:35

Pagar la luz descalzo: la imagen que se viralizó en EDET.

JUAN MANZUR GOBERNADOR LISTA 811 FRENTE A RITICALISTA POR TUCUMÁN

f José López tiene 48 años y esta mañana se despertó con el dolor de cabeza que tiene forma de boleta y una sigla: **EDET** (Empresa de Distribución Eléctrica de Tucumán). A las 7.30, todo lo malo que pensó que podía pasar, pasó: la multitud de gente desbordaba el ingreso al salón sobre el pasaje Amadeo Jacques. **La fila de clientes iba hasta la avenida**

Texto de la Nota:

Pagar la luz descalzo: la imagen que más duele del tarifazo en Tucumán

Esta mañana se vivió un caos en EDET: miles de usuarios colapsaron las instalaciones de la empresa para pagar las boletas en cuotas y entre ellos se viralizó la foto de un hombre en la caja. El relato del periodista Augusto López: "Sin plata para poder comprarse unas zapatillas pero pagando la luz".

José López tiene 48 años y esta mañana se despertó con el dolor de cabeza que tiene forma de boleta y una sigla: EDET (Empresa de Distribución Eléctrica de Tucumán). A las 7.30, todo lo malo que pensó que podía pasar, pasó: la multitud de gente desbordaba el ingreso al salón sobre el pasaje Amadeo Jacques. La fila de clientes iba hasta la avenida Avellaneda y, por la misma vereda, volvía hasta la vía ubicada en Celedonio Gutiérrez.

Cientos de usuarios esperaban que se abrieran las puertas a las 8.30. Muchos iban a financiar en cuotas los exorbitantes montos de luz que llegaron en las boletas que ahora apretujaban entre sus manos. Entre ellos, José López, con una factura a pagar de una casa en El Cadillal que sólo usa los fines de semana y no tiene aire acondicionado: "Le llegaron 1800 pesos", le cuenta a eltucumano.com Cachorro López, Augusto, el hijo de José y periodista de radio Q, quien publicó en Twitter las fotos del caos.

"Mi viejo estaba haciendo la cola desde temprano y recién se desocupó a las 11.30. Estuvo más de cuatro horas. ¿Cómo hace una persona que tiene que trabajar? ¿Pierde el día? Como sea: muchos clientes fueron a refinanciar la deuda en dos o tres cuotas", explica el conductor de Cuentos Chinos por la 102.1, que entre las fotos que recibió de su padre hubo una imagen que lo sacudió y es la de un cliente ya en la caja, con la boleta en una mano, los puñados de billetes en la otra, la ropa sucia y rota y con los pies descalzos.

"Cuando vi la foto era de no creer: el pierna estaba ahí, como se lo ve en la imagen, sin plata para poder comprarse unas zapatillas pero pagando la luz. Y lo más increíble de todo es que nadie le hablaba, todos ya lo veían como algo normal. Nadie le dio bolilla al señor. Encima que hay que hacer horas y horas de cola para pagar un servicio en el año 2019, se da por naturalizado este tipo de imágenes", se indigna López.

Este martes feriado había vencido para muchos usuarios los plazos para pagar las boletas y el caos vivido esta mañana se quedó con la imagen del cliente descalzo rodeados de cientos de personas urgidas a pagar hoy porque ayer era feriado y si no pagaban hoy le cortaban el suministro: "Siento que estamos tan anestesiados como sociedad que vemos a un hombre con la ropa rota y descalzo pagando un servicio y no pasa nada", dijo al aire esta mañana, en la reflexión que resume una de las imágenes que se esconden, una de las imágenes que más duelen detrás del tarifazo.

Cuadro de análisis de la nota:

URL ARTICULO:	
http://www.eltucumano.com/noticia/actualidad/254279/pagar-luz-descalzo-imagen-mas-duele-tarifazo-tucuman	
FECHA	SECCIÓN
06/03/2019	ACTUALIDAD
CONTENIDO	
TEMATICAS SOCIALES ABORDADAS	Pobreza
DATOS	Un periodista publica una foto de una persona en aparente situación de pobreza, que descalzo, se encuentra en las oficinas de la empresa que presta servicio eléctrico, intentando pagar su boleta
FUENTES	El muchacho que dio a conocer la foto
COMENTARIOS	Con el artículo se visibiliza la situación de personas evidentemente perjudicadas por la situación económica del país
REACCIONES EN REDES SOCIALES	
FACEBOOK	12157
FUNCIONES DE PERIODISMO SOCIAL	
¿DIFUNDE DERECHOS?	SI
¿PROPONE SOLUCIONES?	NO
¿PROMUEVE A LA ACCIÓN?	SI
¿BRINDA SERVICIO?	NO
¿INCORPORA FUENTES?	SI
CRITERIOS DE REDACCION DIGITAL	
OPORTUNIDAD Y RELEVANCIA	SI
SINTESIS	SI
REDACCIÓN ACTIVA	SI
HIPERTEXTUALIDAD / RECURSOS	Fotografía, posts de TW