

# ¿QUIÉN FIGURA EN LAS NOTICIAS?



**GMMP**  
Proyecto de  
Monitoreo Mundial  
de Medios

# 2020

## América Latina

---

## INFORME REGIONAL



## GMMP

Proyecto de  
Monitoreo Mundial  
de Medios

# 2020



GMMP 2020 aparece bajo licencia de creative commons utilizando una Attribution-NonCommercial-NoDerivs. El GMMP 2020 lo coordinó la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC, por sus siglas en inglés), una ONG internacional que promueve la comunicación para el cambio social.



La información para el GMMP 2020 se recolectó mediante un esfuerzo colectivo de voluntarios y voluntarias de cientos de organizaciones, entre ellas activistas en el ámbito de las cuestiones de género y medios, grupos de base en el ámbito de las comunicaciones, académicos/académicas y estudiantes de comunicación, profesionales de los medios, asociaciones de periodistas, redes de medios alternativos y distintos grupos eclesiales.

Noncommercial. No utilice con propósitos comerciales este material.

No derivative Works. No altere, transforme o utilice este trabajo como base de otro trabajo.

Si cita o distribuye este trabajo, cite los términos de la licencia que ampara este trabajo. Sus derechos de acceso a este trabajo y la información que contiene no se ven afectados de ninguna manera.



*Con el apoyo de*



Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres



## Reconocimientos

El GMMP es por mucho, el proyecto de más impacto mundial en temas de igualdad de género y medios de comunicación, para los países de la región de América Latina, ser parte de este proyecto es de vital importancia.

El compromiso de los equipos de voluntarios, voluntarias y voluntaries en América Latina es el elemento clave para habernos mantenido tanto tiempo como parte del proyecto y más aún, lograr en cada edición, la incorporación de nuevos países para esta gran iniciativa.

Dejamos sentado nuestro agradecimiento al equipo colectivo de coordinación mundial del GMMP, que en medio de un tiempo de crisis global, supo recoger las expectativas, aportes metodológicos, participación e iniciativas de cada uno de los países, pero también supo acoger y respetar la situación mundial generada por la pandemia por COVID 19 de manera empática, acompañando, animando a los equipos, respetando los tiempos, reorganizando y reestructurando la metodología; y, también garantizando que se mantenga la calidad del estudio, sin afectar los resultados, logrando mantener activo el compromiso de las miles de manos que han aportado para llegar a este momento en que contamos con los resultados globales, regionales y nacionales.

Queremos agradecer también a los equipos de monitoreo de cada uno de los países de la región, por su trabajo, aporte permanencia, por su participación en cada uno de los espacios convocados tanto presenciales cuanto virtuales y por mantener en alto, a pesar de las circunstancias duras que nos ha tocado vivir, el espíritu, compromiso y la calidad de trabajo para llevar a término este proyecto.

Al presentar el informe GMMP para la región de América Latina, esperamos aportar y enriquecer los procesos de incidencia global, pero también y con mucho énfasis, las iniciativas de incidencia, investigación, movilización ciudadana y construcción de acciones en el marco del trabajo por la igualdad de género en los medios de comunicación en cada uno de los países.

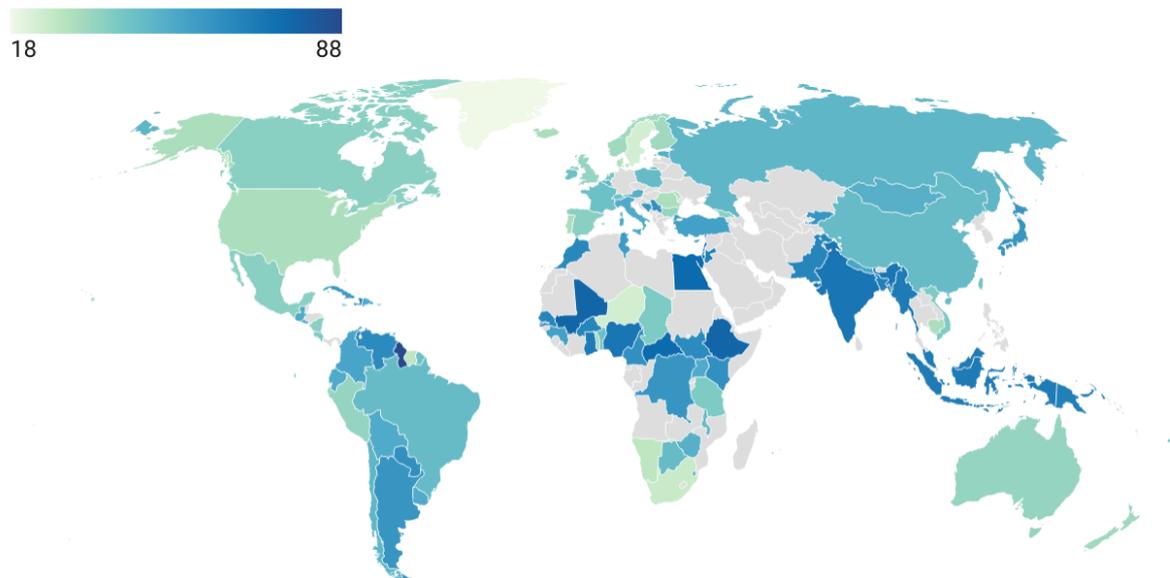
Nota: El presente informe se ha redactado con lenguaje inclusivo, en donde no se utiliza como genérico el género masculino como genérico o como neutro. Se ha utilizado sustantivos colectivos inclusivos cuando ha sido posible; se ha alternado el uso de masculino y femenino de manera indistinta para evitar el uso de recursos como la “x” o la “@” que podrían dificultar la lectura.

## Tabla de contenido

CONTEXTO GLOBAL	2
CONTEXTO REGIONAL	4
RESUMEN EJECUTIVO	6
UN DÍA EN LAS NOTICIAS EN AMERICA LATINA	7
EL CONTEXTO	8
TEMAS EN LAS NOTICIAS	9
SUJETOS Y FUENTES DE NOTICIAS	12
PERIODISTAS	21
PRÁCTICA PERIODISTA: SOBRE LA CENTRALIDAD DE LAS MUJERES, LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO Y LA INFORMACIÓN BASADA EN LOS DERECHOS	23
ENFOQUE EN LAS NOTICIAS DE COVID-19	25
ESTUDIOS DE CASO	28
RESUMEN Y CONCLUSIONES	30
RECOMENDACIONES Y PLAN DE ACCIÓN 2021-2025	32
Anexo 1. Metodología	33
Anexo 2. Lista de países	36

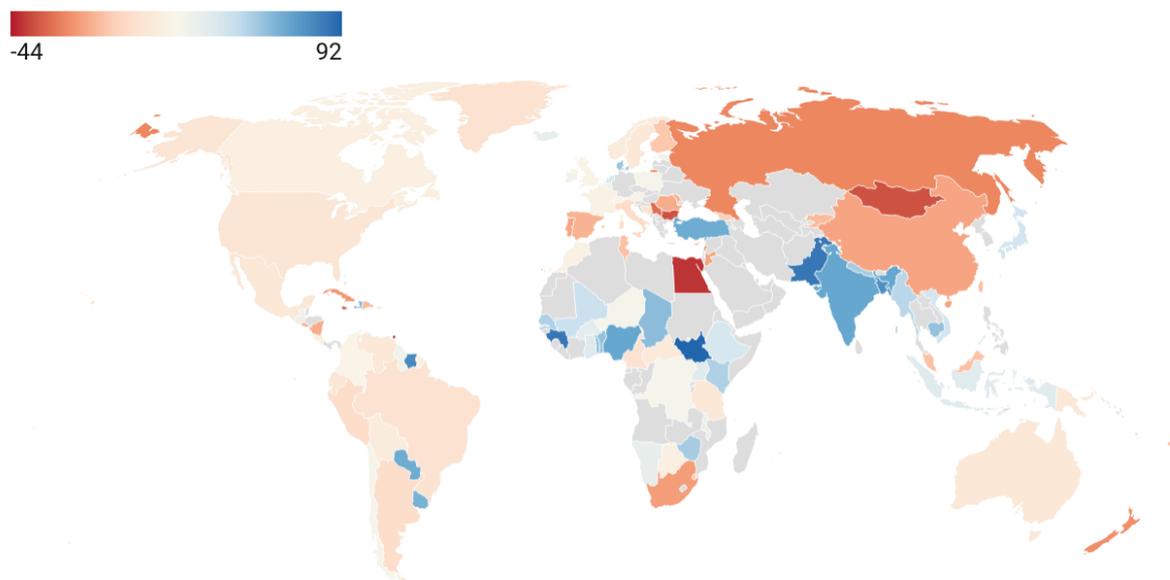
*El mundo en un simple vistazo*

*Disparidad entre géneros: Personas en las noticias.*



*Figura 1. Disparidad entre géneros: Sujetos y fuentes. Periódicos, radio y televisión.*

*Datos del GMMP 2020*



*Figura 2. Disparidad entre géneros: Reporteras y reporteros. Periódicos, radio y televisión.*

*Datos del GMMP 2020*

## CONTEXTO GLOBAL

- El Proyecto Global de Monitoreo de Medios (GMMP, por sus siglas en inglés), es la investigación más larga y extensa del mundo sobre género en los medios de comunicación. La investigación fue diseñada para captar una fotografía instantánea de género en un día “ordinario” de noticias en los medios de comunicación en el mundo. Un día ordinario de noticias se define como uno en el que la agenda de noticias contiene una mezcla de historias comunes y corrientes, artículos cotidianos sobre política, economía, asuntos sociales, crimen y otros temas.
- Comenzó en 1995 cuando personas voluntarias de 71 países hicieron un seguimiento de la presencia de las mujeres en sus noticias nacionales de radio, televisión y prensa. Desde entonces, el seguimiento de los medios de comunicación se repite cada cinco años, realizando un balance de los cambios en las dimensiones de género de los contenidos de los medios de comunicación y recogiendo datos estadísticos sobre nuevos indicadores.
- La investigación de 1995 reveló que sólo el 17% de los sujetos de las noticias -las personas que son entrevistadas o sobre las que tratan las noticias- eran mujeres. Se constató que la paridad de género era "una perspectiva lejana en cualquier región del mundo. Las noticias son presentadas con más frecuencia por mujeres, pero rara vez tratan sobre ellas"<sup>1</sup>.
- El primer cambio notable en la presencia global de las mujeres en las noticias se registró en 2005 en la tercera edición de la investigación<sup>2</sup>. Las mujeres representaban el 21% de los temas de las noticias, un aumento de tres puntos porcentuales en el periodo 2000-2005. Sin embargo, su casi invisibilidad continuó, ya que sólo el 10% de las historias se enfocaban en las mujeres, y su representación en los principales temas de las noticias y como voces en las mismas era insuficiente.
- En la quinta edición del GMMP en 2015 , fue claro que un día “ordinario” de noticias no puede predecirse ni planificarse de antemano: se producen acontecimientos inesperados que dominan las noticias, desde el terremoto de Kobe en 1995, hasta el accidente de avión de Germanwings en los Alpes en 2015.
- La investigación de 2015 en 114 países reveló que continúan varias inequidades de género en los contenidos de los medios de comunicación. Los indicadores clave y sus resultados sugieren que el progreso hacia la igualdad de género ha perdido fuerza; las mujeres siguen siendo sólo el 24% de las personas escuchadas, leídas o vistas en las noticias de periódicos, televisión y radio, exactamente el mismo nivel encontrado en la cuarta investigación en 2010. En tres ediciones de la investigación -en 2005, 2010 y 2015- no se encontraron cambios en el indicador que mide la participación de las mujeres en las noticias como reporteras; sólo el 37% de las historias en los medios de comunicación tradicionales fueron reportadas por mujeres.
- La relativa invisibilidad de las mujeres en los medios de comunicación tradicionales también se ha trasladado a las plataformas digitales de difusión de noticias y han sido incluidas por primera vez en el seguimiento del GMMP. Sólo el 26% de las personas que aparecían en las historias de los sitios web de noticias tradicionales y en los twitts de noticias de los medios de comunicación combinados eran mujeres. Los desafíos del sexismo en los medios de comunicación, los estereotipos de género y el sesgo de

---

<sup>1</sup> Proyecto Mundial de Monitoreo de Medios, Participación de las Mujeres en las noticias. Investigación Nacional sobre las Mujeres en los Medios (Media Watch) Inc. 1995

<sup>2</sup> Gallagher, Margaret. *Quién hace las noticias? Proyecto Mundial de Monitoreo de Medios, 2005. Asociación Mundial por la Comunicación Cristiana.*

género eran aparentemente inalterables a través del tiempo, el espacio y las plataformas de distribución de contenidos.

- La Secretaria General Adjunta de la ONU y Directora Ejecutiva de ONU Mujeres, Phumzile Mlambo-Ngcuka, subrayó que la forma en que se representa a las mujeres en los medios de comunicación "tiene un profundo efecto en las actitudes sociales y refuerza los roles tradicionales de género. Las mujeres y las niñas son la mitad de la humanidad. Darles el mismo tiempo y peso a sus historias, presentándolas como modelos positivos y no como víctimas, juega un papel infravalorado en la creación de un mundo mejor y más libre para todos nosotros".<sup>3</sup>
- Los acontecimientos durante el año 2020 del GMMP fueron aún más extraordinarios; comenzando a finales de 2019 e intensificándose durante el año, el mundo fue asolado por el nuevo coronavirus Covid-19. Esta sexta edición de la investigación ofreció la oportunidad de escudriñar al género en la cobertura de los medios de comunicación durante la catástrofe global, un momento marcado por una crisis sanitaria mundial, y la intensificación de las desigualdades que acompañan a la crisis.
- Los equipos del GMMP de 116 países hicieron un seguimiento de 30.172 noticias publicadas en periódicos, emitidas por radio y televisión, y difundidas en sitios web de noticias y a través de tuits de medios en 2.251 medios de comunicación. El número de países participantes aumentó en un 63% desde 1995, ya que se recogieron datos de referencia de ocho países que se unían al estudio por primera vez. El número de noticias supervisadas se ha duplicado en los últimos 25 años y ha aumentado en más de 8.000 desde la edición de 2015.
- Los resultados del sexto GMMP revelan un panorama mixto de progreso, estancamiento y retroceso. Mientras que algunos techos de cristal están siendo claramente superados, otros se están asentando en ciertos indicadores importantes de igualdad de género en los medios de comunicación, en los últimos cinco años han visto pequeños cambios graduales hacia la paridad, al mismo tiempo, el ritmo general de cambio sigue siendo glacial.
- La región de Latinoamérica no escapa de este panorama que combina evidencias de estancamiento y retroceso a la vez que leves avances en temas específicos, como es por ejemplo, la creciente presencia de las mujeres en temas relacionados con política y gobierno.

---

<sup>3</sup> En *Quién hace las noticias? Reporte del Proyecto del Monitoreo Global de Medios, 2015.*

## CONTEXTO REGIONAL

El GMMP ha generado un interés creciente en varios países de Latinoamérica desde sus inicios en el 1995. En esa primera edición participaron: Guatemala, México, Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Ecuador, Paraguay, Perú, Uruguay.

Después de 5 años, en el año 2000, al llevarse a cabo la segunda edición de este estudio participaron: Bolivia, Chile, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Perú y Uruguay

En el 2005, en la tercera edición del estudio, es interesante observar cómo se han ido sumando más países latinoamericanos para la generación de información y su respectivo análisis, en este participaron: Guatemala, El Salvador, Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú, Brasil, Paraguay, Chile, Argentina y Uruguay.

En el estudio del 2010 el flujo de información y análisis sobre la participación de las mujeres en las noticias, incorporó el trabajo voluntario de equipos en los siguientes países: Guatemala, México, Paraguay, El Salvador, Ecuador, Uruguay, Bolivia, Chile, Perú, Costa Rica, Argentina, Nicaragua, Brasil.

En la quinta edición del estudio, realizada en el 2015, la lista de países latinoamericanos participantes es la siguiente: Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Nicaragua, Paraguay, Perú, Uruguay, Venezuela.

En esta última edición, del GMMP 2020, tenemos la participación de 16 países: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Paraguay, Perú, Uruguay, Venezuela; el paso final de análisis y construcción de informes nacionales se realizó solamente en 15 países.

El esfuerzo, trabajo y compromiso de los equipos voluntarios, han sido un elemento trascendental para alcanzar el resultado que ahora presentamos. A pesar de los contextos difíciles, dolorosos en medio de la pandemia por COVID 19 y su impacto en la vida de las mujeres en toda su diversidad, y de todas las personas en diferentes ámbitos de la vida, los equipos voluntarios, siempre pendientes de la información global y las actualizaciones en los plazos, continuaron su trabajo de manera incansable.

### **Porcentaje Histórico de Representación de las Mujeres**

La situación de la representatividad de las mujeres desde el inicio del GMMP en 1995 denota porcentajes bajos, por ejemplo en la región latinoamericana las mujeres reporteras, presentadoras, entrevistadoras tuvieron una representación del 31% en el total de noticias analizadas, mientras que las mujeres entrevistadas para las noticias tuvieron un porcentaje del 15%.

En la segunda edición realizada en el año 2000, por ejemplo, el porcentaje de las mujeres reporteras/os según los distintos medios (radio, televisión y prensa escrita) bajó al 27%.

En la edición del 2005 (la tercera del GMMP) los datos nuevamente denotan la poca presencia de las mujeres como protagonistas con un bajo 23%. El tema en el que se incrementó la representación de mujeres fue el de crímenes y violencia, en donde el porcentaje subió a 30%.

En el GMMP del año 2010 se pone de manifiesto la presencia de mujeres como sujetos de la noticia y esta presencia difiere según el medio de que se trate; en televisión las mujeres tienen

un 32% de presencia, seguido de prensa con un 29% (y finalmente en radio con un 22%).

En el 2015 la presencia de mujeres, tanto como como sujeto de noticia, como en roles de reportera tuvo un porcentaje del 29%. Se daba pasos hacia la igualdad.

Como hemos podido observar, y según los informes del GMMP en ediciones anteriores, la mención a la participación equitativa de mujeres dentro de los medios de comunicación tradicionales y de plataformas digitales no es un tema prioritario, y lamentablemente no estamos observando cambios amplios, sostenidos y determinantes.

Un hecho que resalta en el proceso histórico del GMMP en la región, es la constante incorporación de nuevos países a este proyecto colectivo de comunicación feminista, por una parte, así como la permanencia de otros, desde su inicio. Pese a que la participación y mención porcentual de las mujeres en los medios de comunicación ha crecido de manera lenta y paulatina (según los estudios del GMMP desde 1995) esta realidad tiene el potencial de convertirse en un importante impulsor para el cambio; los resultados del GMMP pueden ser utilizados, por parte de los medios de comunicación para la generación de contenidos con miras a aportar para la igualdad, la generación de políticas de igualdad como el principio de la paridad; y también para los movimientos de mujeres, los colectivos sociales e incluso, y con mucho énfasis, por parte de las instancias de definición de políticas públicas en los diferentes niveles, para construir e incorporar en sus prácticas, estrategias y programas enfoque de género con el objetivo de garantizar la igualdad.

En este proceso, se ven también situaciones preocupantes dado que el tema en el que ha crecido más sistemáticamente la representación de las mujeres en las noticias, es el de violencia/criminalidad/feminicidio; esta tendencia es evidente en la región, desde el GMMP 2010. Esto, por un lado, nos dice que los medios de comunicación comienzan a considerar como tema la violencia de género dentro de su contenido informativo, pero por otro, también evidencia una situación muy preocupante: que la violencia hacia las mujeres se ha incrementado considerablemente, hasta llegar al punto extremo del feminicidio en nuestra región. La situación de crisis ocasionada por la pandemia tiende a exacerbar este escenario de manera alarmante. Por ello, los datos presentados por el GMMP 2020, son una herramienta que debe y necesita ser utilizada de manera urgente para que los medios de comunicación se conviertan en un mecanismo importante de cambio, un aporte, un elemento impulsor para avanzar hacia la igualdad, erradicando todas las situaciones de discriminación, invisibilización y vulnerabilidad en la que viven las mujeres alrededor del mundo.

## RESUMEN EJECUTIVO

A manera de avance sobre los resultados del GMMP en la región de América Latina, se presentan algunos datos, mismos que se amplían en las siguientes páginas.

- Se analizaron 7270 noticias en la región.
- En América Latina el tema que más ocupa el interés de los medios es aquel relacionado con política y gobierno.
- El tema de ciencia y salud es el que más número de noticias relacionadas con COVID 19, presenta; la agenda noticiosa durante el GMMP, casi 7 meses después de que la OMS declarara la pandemia mundial, incorpora un 26% de notas relacionadas con este tema. El segundo tema relacionado con noticias de COVID 19 es el de economía. Los medios de la región dan cuenta de un fuerte énfasis en el análisis desde los campos de la ciencia y la salud, pero también de su impacto visible en la economía.
- La participación de las mujeres como sujetos de la noticia el día del GMMP, alcanza un 26% como promedio en la región, en comparación con el V GMMP (2015), este porcentaje ha disminuido en tres puntos.
- La televisión es el medio en donde mayor presencia existe de las mujeres como sujetos de la noticia, y sin embargo, no alcanza el porcentaje de representación observado en el GMMP 2015; la radio el medio con menor representación y sin embargo el que mayor cantidad de noticias presenta en comparación con otros medios.
- Las mujeres en las noticias, exceptuando temas relacionados con igualdad de género, aparecen principalmente en temas: social y legal, seguido de ciencia y salud.
- Los temas de igualdad no son elementos de interés para los medios de comunicación; de hecho, ocupan solo un 7% del total en la agenda noticiosa y este tipo de noticias, solamente en un 1% de casos ocupa un lugar relevante en lugar y espacio dentro de los medios.
- Los únicos rangos de edad en donde las mujeres sobrepasan a los hombres en representación, son aquellos de personas menores de 18 años; en todos los otros rangos etáreos, los hombres sobrepasan en número a las mujeres.
- Las mujeres son presentadas en su relación familiar 3 veces más que los hombres.
- Cuando las mujeres y los hombres son presentados como víctimas en las noticias; para las mujeres se describen agresiones relacionadas con su condición de género, tales como violencia intrafamiliar o doméstica, violación o asesinato (femicidio); en el caso de los hombres, la violencia se da por robos u otros delitos.
- En Latinoamérica fueron construidas 3 preguntas especiales para este GMMP, la primera sobre si la persona es descrita como agresora; la segunda sobre si la persona es descrita como parte de un pueblo originario o ancestral; y, la tercera sobre si la persona es descrita como parte de algún grupo antiderechos. El elemento que resalta, es el hecho de que siendo América Latina un subcontinente diverso en cuanto a su etnia y por lo tanto multicultural, el porcentaje de personas descritas en la pregunta 2, alcanza solo 3%.

# UN DÍA EN LAS NOTICIAS EN AMERICA LATINA

## Síntesis de temas de las agendas noticiosas

- En toda Latinoamérica las noticias de los medios en el día de toma de la muestra del 29 de septiembre de 2020, dieron cobertura prioritaria a los impactos y consecuencias ocasionadas por la pandemia del COVID-19. Estas noticias giraron en torno a las disposiciones económicas y gubernamentales para contrarrestar los daños por la pandemia de COVID-19. En países como México, Ecuador y Perú, los medios dan cuenta del daño directo que sufre la población al presentar aumentos de casos de contagios y muertes, a la vez de la ineficiencia de los sistemas de salud de estos países, así mismo la corrupción relacionada con la atención de salud en la pandemia; en el área Andina se analiza las acciones para contrarrestar los efectos de la enfermedad. En Guatemala y otros países se dan declaratorias de emergencia y nuevas medidas frente a la pandemia. En el caso de Argentina la preocupación frente al COVID con respecto a la economía y educación.
- Después de las noticias relacionadas con el COVID 19, los informes de cada uno de los países denotan variedad de temáticas en el espectro político. Se observa la crisis de gobernabilidad en países como Ecuador y Bolivia, el primero de ellos que atraviesa un problema de corrupción de los sistemas estatales de salud, y el segundo que denota los problemas de gobernabilidad ocasionada por la renuncia de Evo Morales en el año 2019, que se extienden hasta el 2020.
- En el caso de Argentina, la agenda se centró en un asesinato ocurrido en Buenos Aires en donde resultó herido de muerte un policía, la agenda de noticias entrevistó ampliamente a personas alrededor de este hecho por lo que la fotografía del GMP en este país sufrió un ligero sesgo, principalmente en la televisión. Lo anterior nos lleva a una visión centralista presente también en la agenda mediática que se centra en lo que ocurre en la ciudad de Buenos Aires.
- Una de las temáticas que pasa desapercibida en la generación de noticias fue la conmemoración del Día de Acción Global por el acceso al aborto seguro y legal, celebrado un día antes, el 28 de septiembre. Pese a que en México, por ejemplo, existió información sobre colectivos de mujeres y sus consiguientes movilizaciones y represión por parte de la policía; en el resto de América Latina la temática no toma mayor interés en los contenidos de las noticias. En Guatemala se hicieron breves referencias, sin embargo en el abordaje se evidencian rasgos de discriminación, fundamentalismo o en un enfoque reducido a la función reproductiva de las mujeres.
- Por lo general en los informes se pone de manifiesto que las noticias que tienen que ver con violencia de género y feminicidios (femicidios) continúan siendo de interés al momento de generar los contenidos, pero lamentablemente estas están empañadas de sesgos, revictimización y una nula perspectiva de género. Se continúa revictimizando a la mujer y no existe crítica o análisis por parte de personas expertas, e incluso, tiende a justificarse con la referencia a culpabilización o justificación sobre las causas de la violencia. Como habíamos mencionado en líneas anteriores, es preocupante ver el aumento de casos de feminicidios mencionados por los medios de comunicación de la región y la no existencia de soluciones a partir de políticas públicas. Este es un elemento constante en la región.

## EL CONTEXTO

En Latinoamérica, la tendencia de los medios de comunicación tradicionales con respecto a la participación de las mujeres es bastante sesgada, abundan los estereotipos y los contenidos alternativos tienden a generar resistencia por parte de quienes los proponen. La polarización en las redes sociales es una constante en los últimos años y va creciendo conforme crecen las inequidades y la brecha social. Así mismo, se incrementa el activismo por parte del movimiento feminista en toda su diversidad que se incorpora con fuerza a través de las nuevas tecnologías para la información y comunicación o lo que ahora se conoce como auto comunicación.

Las herramientas y datos otorgados por cada edición del GMMP ayudan a generar conciencia, tanto en el mundo del periodismo/medios de comunicación, como de la población en general, y por ende, propician a la generación de políticas públicas con miras a garantizar la participación equitativa de mujeres. A partir del avance presentado en las primeras páginas de este informe, es evidente la vulneración de los derechos de las mujeres se ve reflejada en el aumento de noticias sobre violencia y feminicidios en la región. Este es un dato preocupante con el cual se debe trabajar de manera inmediata para generar cambios a favor de la vida de las mujeres y el ejercicio pleno de los derechos humanos.

Si observamos retrospectivamente el accionar del GMMP desde 1995, es alentadora la evolución que ha tenido hasta su última edición del 2020. En América Latina, por ejemplo, en cada edición se han ido sumando más países a esta labor de monitoreo de medios con miras a propiciar la equidad de género en la elaboración de contenido. La región inicia con la participación de 10 países latinoamericanos, y hasta la fecha son 16 países que se han unido a este circuito de estudio y evaluación de medios. Esperamos con ansias que en las subsiguientes ediciones del GMMP, continúe la tendencia de crecimiento de países participantes así como de los equipos voluntarios para que a partir de los informes se continúe el trabajo de activismo e incidencia,

## TEMAS EN LAS NOTICIAS

Los medios monitoreados en la región corresponden directamente a los medios que se incluyen en el GMMP. Para comenzar presentamos este detalle para cada país. Son México y Argentina aquellos países en donde mayor número de medios se monitoreó, tal como se observa en el gráfico 2; adicionalmente, la banda promedio en los otros países posibilita un análisis global en donde se observarán las tendencias para la región. El detalle de las noticias analizadas según medio de comunicación se encuentra en el gráfico 1.

En el gráfico 1, se observa así mismo, que las noticias en internet han cobrado una mayor relevancia para el análisis; durante el año 2020, año de la pandemia por el coronavirus COVID 19, los medios digitales han crecido en número, en cantidad y en acceso a su información.

Gráfico 1

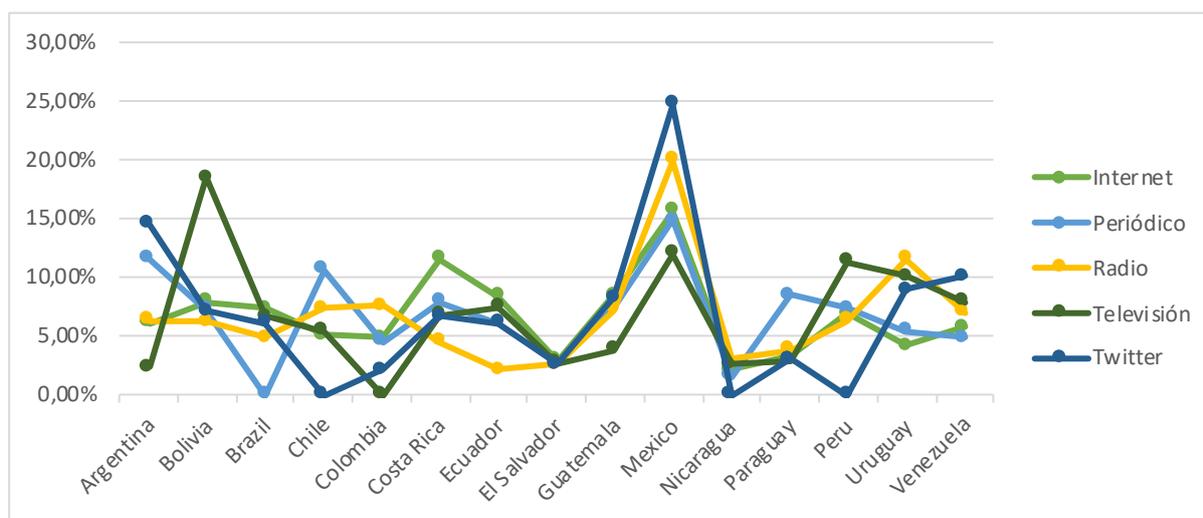
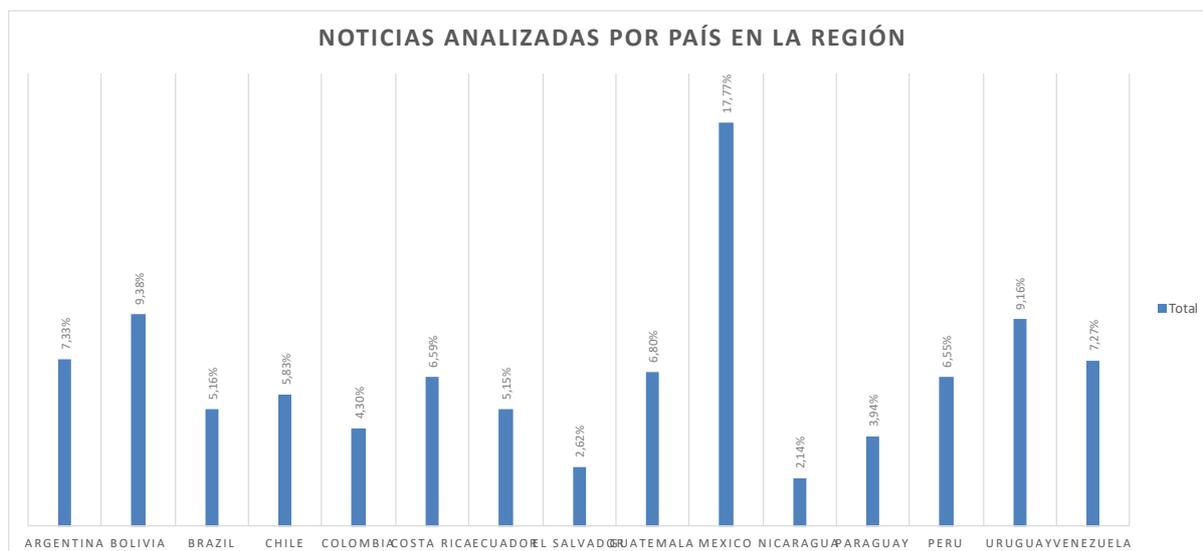
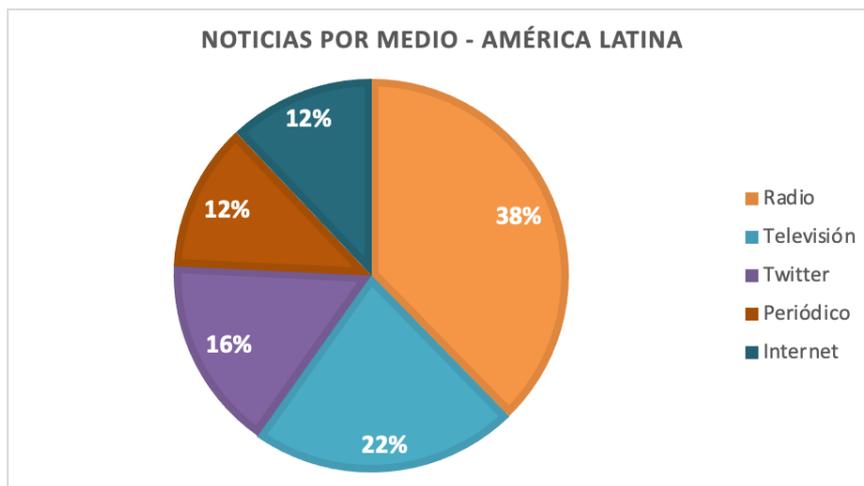


Gráfico 2



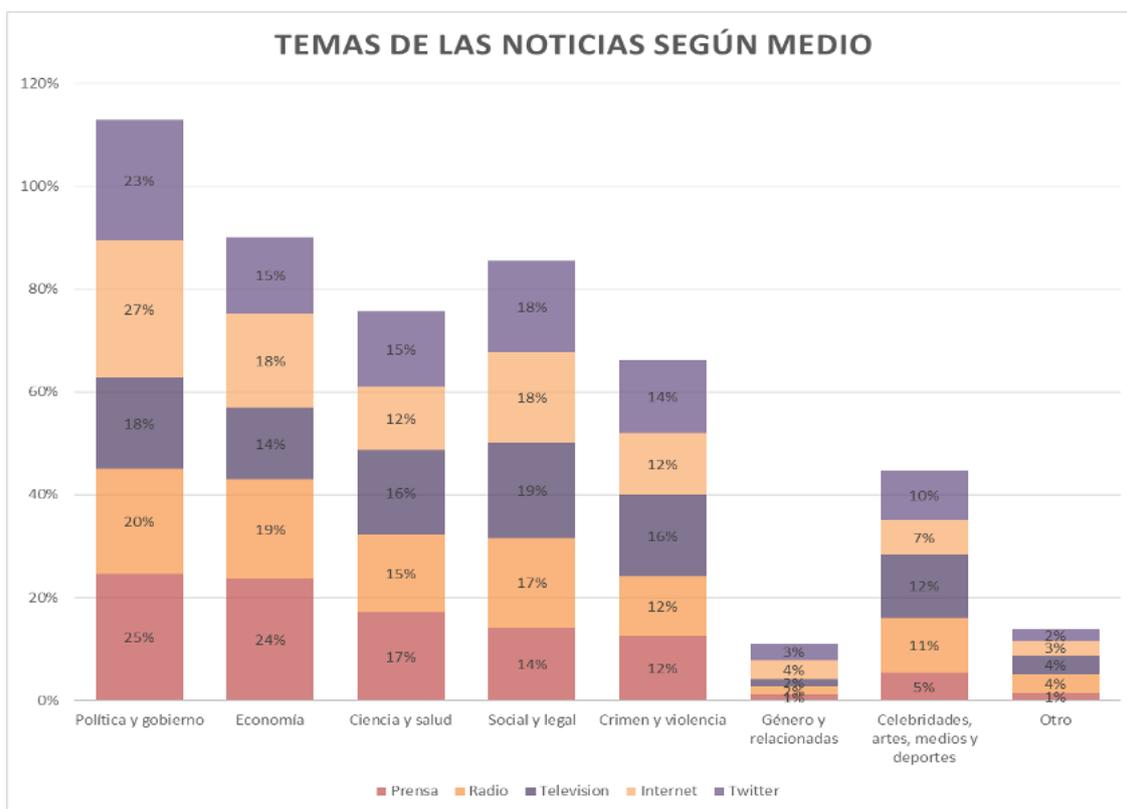
El total porcentual de noticias analizadas según medio de comunicación se detalla en el gráfico 3, en el que se observa que ha sido la radio el medio con mayor número de notas incorporadas en el GMMP en la región de Latinoamérica.

Gráfico 3



En Latinoamérica, los principales temas de las noticias, el día del GMMP fueron en primer lugar “política y gobierno”, “economía” y “social y legal, casi con la misma relevancia; luego, “ciencia y salud” y crimen y violencia” también con valores similares entre sí, en un rango inferior. Noticias sobre género y relacionadas, alcanzan un promedio de porcentaje, menor que 3. El gráfico 4 presenta el detalle, según medios analizados.

Gráfico 4



En cuanto a noticias relacionadas con COVID 19, en la región es la prensa escrita la que más noticias tiene al respecto. En la región, un 26% del total de noticias tuvo alguna relación con el COVID 19, si bien el tema central de la noticia fue diferente.

El tema de ciencia y salud, lógicamente, es el que tiene más noticias relacionadas con COVID 19, su relevancia es mayor al 55% en todos los medios; está seguido del tema economía, con

menos del 40% en la mayoría de medios. Los otros temas presentan valores inferiores en este ámbito (menos de 24%).

El gráfico 5, presenta el detalle según medio; y, el gráfico 6 analiza la relación entre el tema central de la noticia y aquellas notas sobre COVID, según medio de comunicación.

Gráfico 5

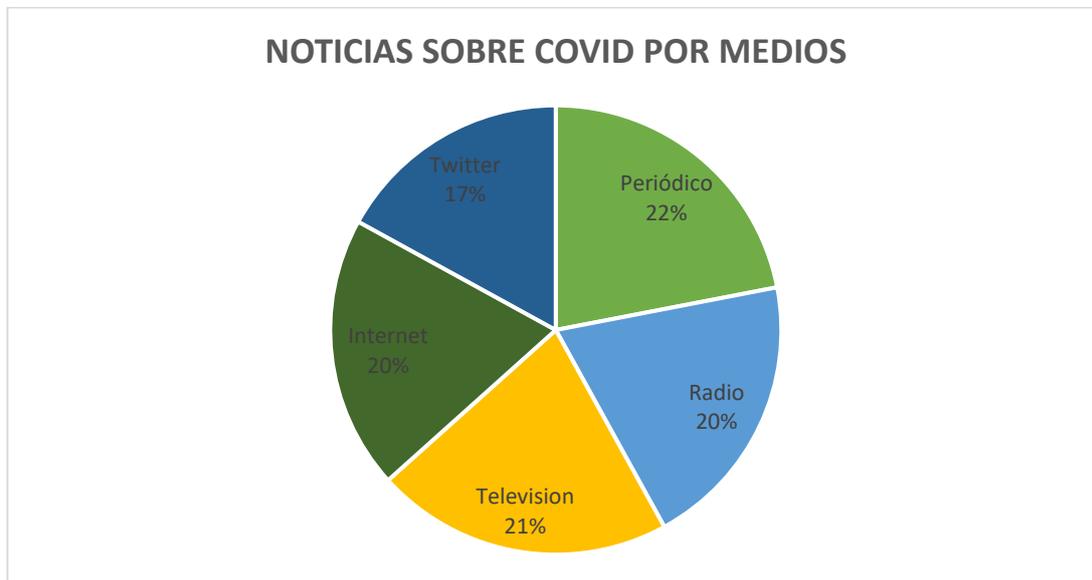
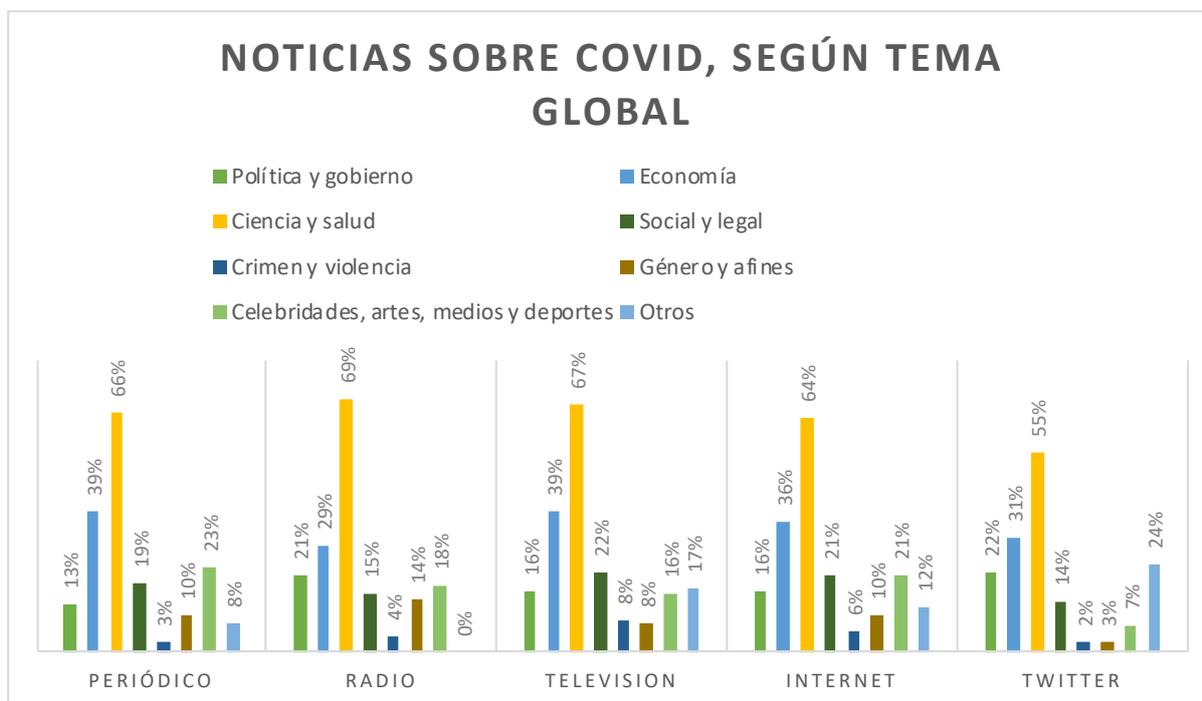


Gráfico 6



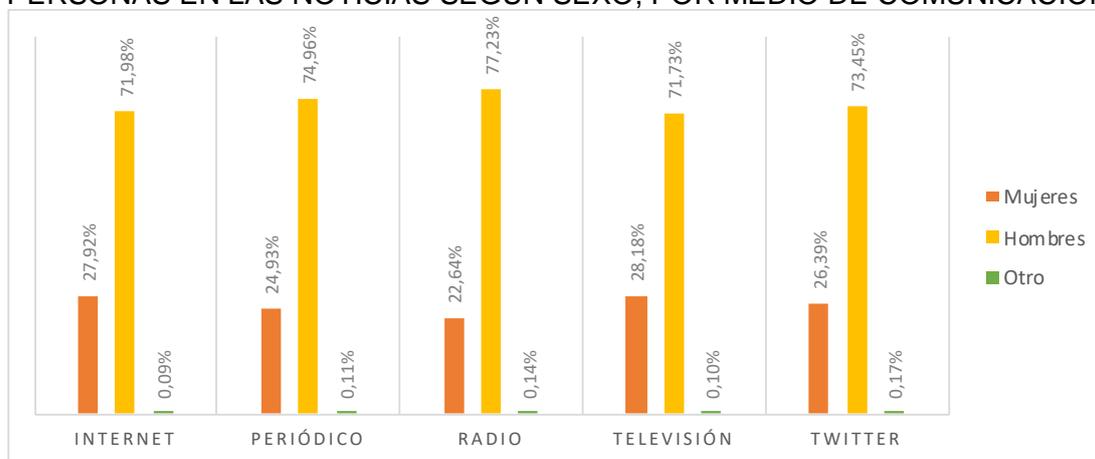
## SUJETOS Y FUENTES DE NOTICIAS

En esta sección se analizan las personas en las noticias, es decir se describe los resultados de las variables relacionadas con sujetos y tipos de fuentes de las noticias.

Para comenzar, se presenta el detalle del total de mujeres por medio de comunicación, presentes en las noticias en el GMMP 2020, en nivel de la región. Es necesario observar que en el gráfico 7 no se incluyen los porcentajes en los casos en los que no se pudo identificar el sexo de la persona, de esta manera se destaca más la relación y situación comparada. El promedio global de la presencia de mujeres en las noticias de los medios es de 26% para la región. El promedio de personas de otro sexo (transgénero u otros), es menor al 1%. El porcentaje más alto se encuentra en las noticias de televisión (28%), mientras que el valor más bajo lo encontramos en la radio (22%).

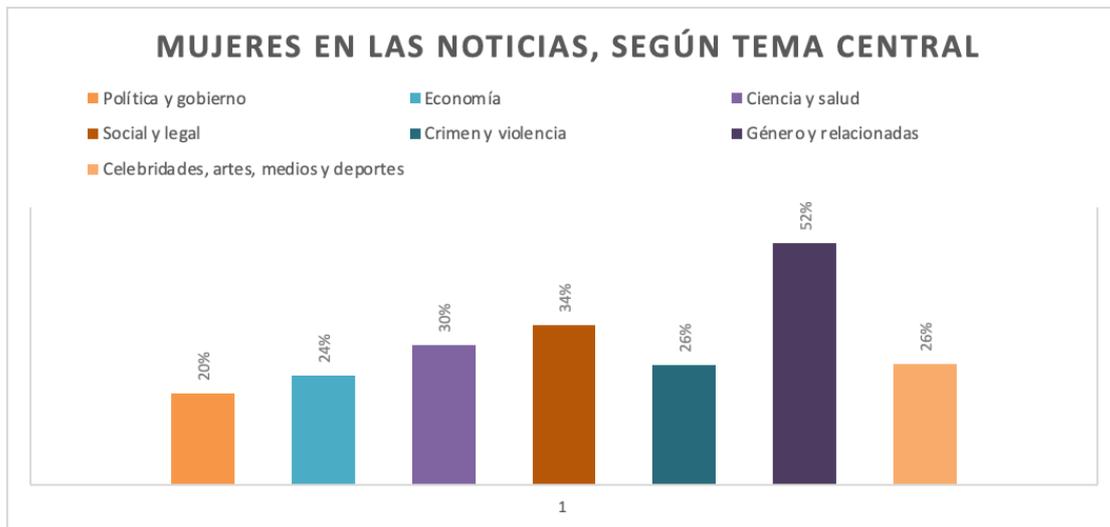
Gráfico 7

### PERSONAS EN LAS NOTICIAS SEGÚN SEXO, POR MEDIO DE COMUNICACIÓN



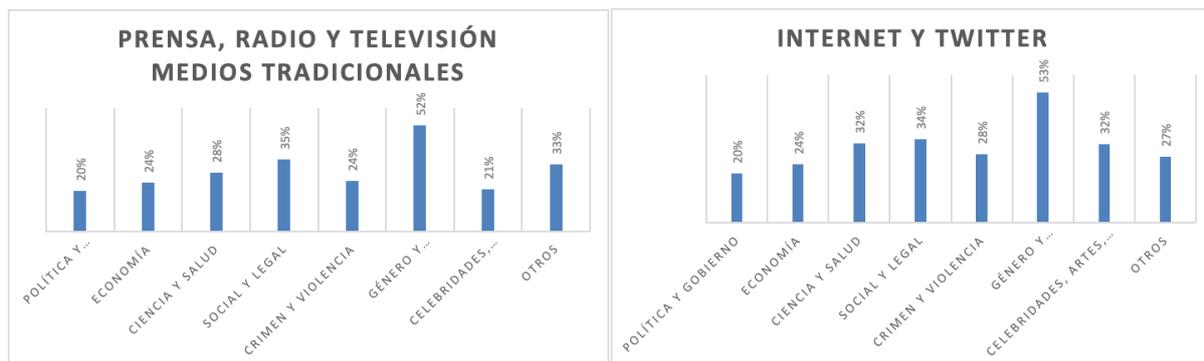
En los medios de comunicación de América Latina, las mujeres son centrales en primer lugar en temas de género y relacionados, que como se apuntó en la primera sección, es una temática que no alcanza el 3% del total de noticias. En segundo lugar está el tema de Social y legal, que dentro del total de noticias, bordea el 34% en promedio. En el tema de mayor relevancia dentro del GMMP, Ciencia y salud, las mujeres alcanzan un protagonismo de un 30%.

Gráfico 8



Existe una pequeña diferencia si se compara la presencia de las mujeres en las noticias de los medios tradicionales con aquellos de relativamente reciente masificación (internet y twitter), en el gráfico 9 se observa por ejemplo, el tema de celebridades, artes y relacionados, que en el caso de los medios nuevos, la presencia de mujeres, supera en porcentaje por más de 10 puntos a los medios tradicionales; en el tema de crimen y violencia en twitter e internet, la presencia de mujeres supera en 4 puntos a la que presentan los medios tradicionales.

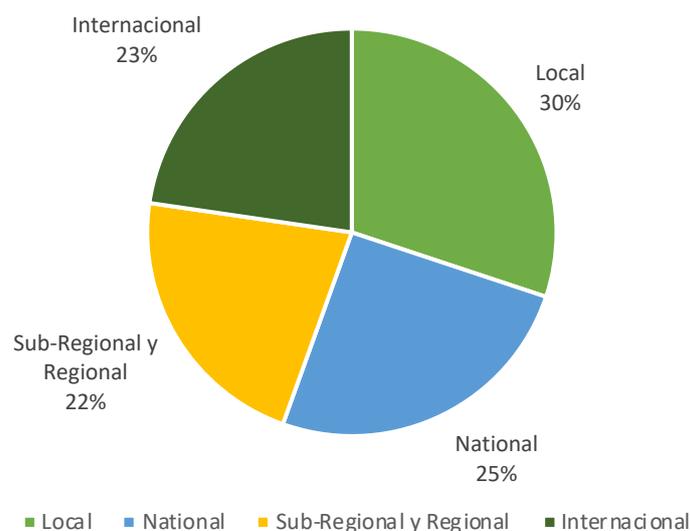
Gráfico 9



Con respecto al ámbito geográfico de cobertura de la noticia, las mujeres son sujetos de noticias principalmente en nivel local, seguido del nacional, luego internacional y finalmente, subregional.

Gráfico 10

## REPRESENTACIÓN MUJERES SEGÚN ÁMBITO GEOGRÁFICO

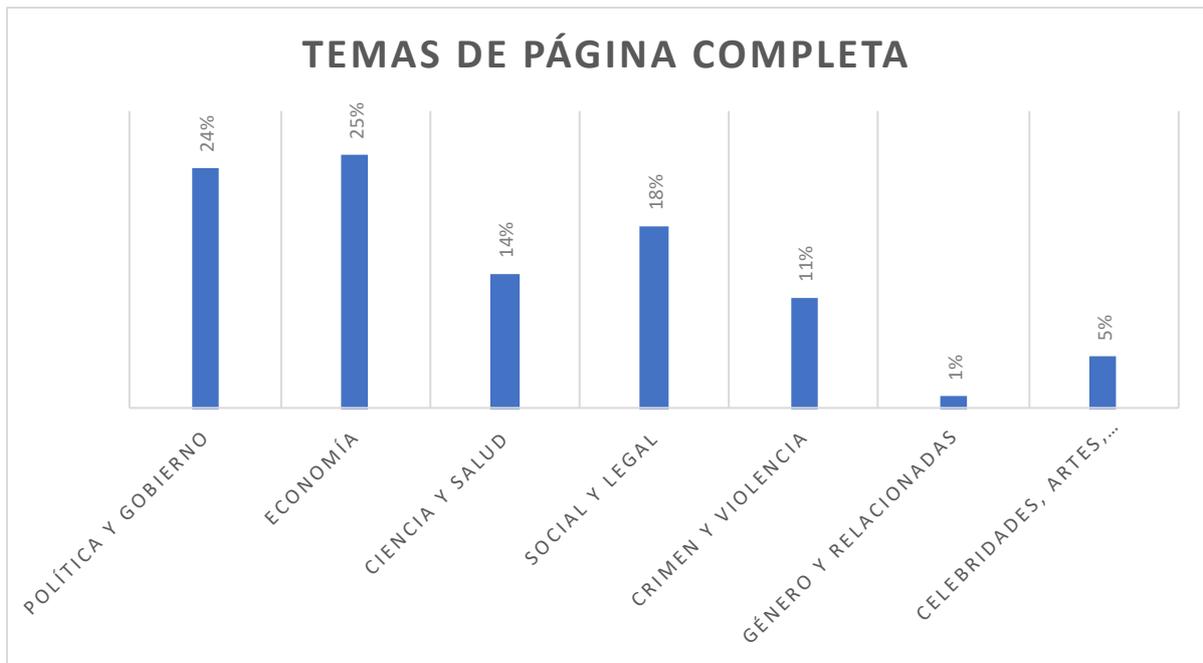


Otro ámbito analizado es el tema central de las noticias; en este aspecto, en orden de relevancia, las mujeres son sujetos de la información, en los siguientes temas, principalmente: desigualdad entre mujeres y hombres (100%), control de la natalidad, fertilidad, embarazo ... (88%); belleza, modelaje, cosméticos ... (81%); participación de las mujeres en la economía informal, empleos, trabajo, desempleo ... (80%); movimientos de mujeres, activismo feminista, eventos, incidencia para la igualdad ... (70%); cambio en las relaciones de género, roles y espacios (63%); otros tipos de violencia como el feminicidio o femicidio, tráfico de niñas y mujeres (51%); violencia de género, violencia sexual, campañas #MeToo #TimesUp #NiUnaMenos (49%).

Por el contrario, los temas en donde menor presencia existe de las mujeres como sujetos de noticias son, en orden de menor a mayor, los siguientes: deportes, eventos relacionados (11%); desarrollo sostenible, agenda 2030 (11%); defensa nacional, gastos militares, seguridad interna (12%); política internacional, relaciones internacionales, negociaciones (13%); políticas económicas, estrategias internacionales, indicadores, mercado, impuestos (15%).

En cuanto al espacio que ocupan las noticias según sus diferentes tópicos, se observa que son las noticias sobre economía, política y gobierno; y, social y legal, aquellas que con mayor frecuencia tienen una página completa. El tema de género e igualdad, solamente en un 1% ocupa una página completa.

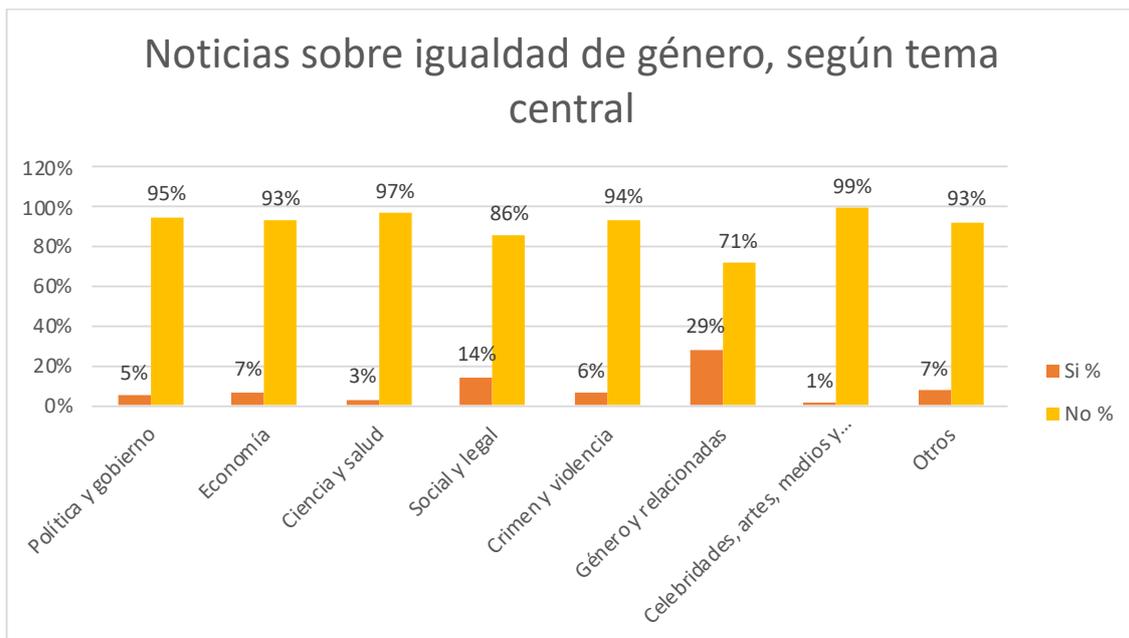
Gráfico 11



Las noticias que tienen como tema central el análisis sobre igualdad de género o derechos de las mujeres ocupan solo el 7% del total de notas el día del GMMP; estas a su vez, pueden relacionarse con los temas centrales de las noticias; así, se observa que es el tema de género y relacionados, luego el social y legal y luego de economía los que mayormente incorporan a mujeres en su abordaje.

Son los temas de celebridades y relacionados, junto con el de ciencia y salud, en segundo lugar, aquellos temas en donde menos análisis se realiza sobre temas de igualdad.

Gráfico 12



Pasemos ahora a revisar las ocupaciones de las mujeres como sujetos de las noticias. El rol de trabajo sexual está ocupado en un 100% de casos por mujeres; le sigue el rol de ama de casa, con un 70%. Por el contrario, la ocupación de figura religiosa, deportista o política y militares, tienen menos de 11% de representación de mujeres. En el siguiente gráfico se observa el detalle.

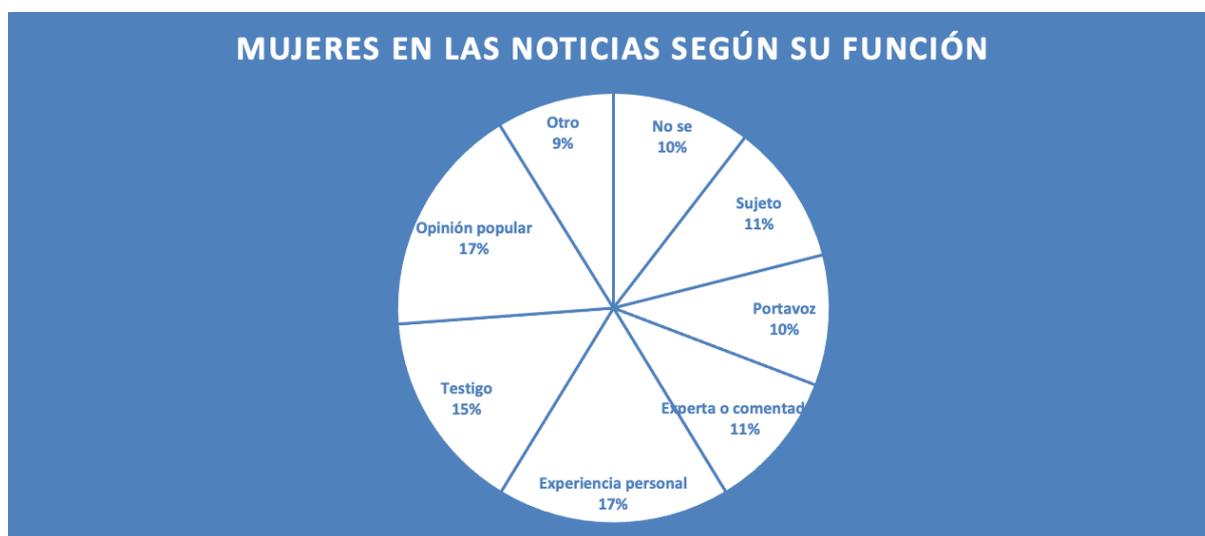
Gráfico 13



En cuanto a la función de las mujeres en las noticias, aquí la descripción que las muestra principalmente dando su experiencia personal, luego dando una opinión popular, luego como testigos y con solo un 11% como expertas o comentaristas.

Es necesario mencionar que la descripción de los hombres según la función en la noticia, es muy similar en porcentaje a la de las mujeres, es decir, los hombres en las noticias aparecen principalmente para dar su experiencia personal.

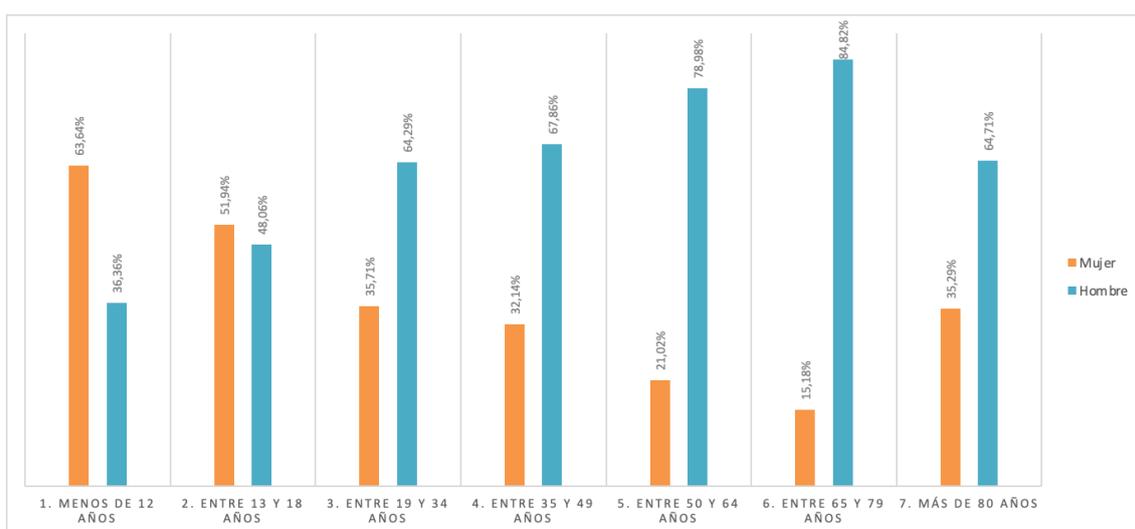
Gráfico 14



Cuando las mujeres están en función de expertas o comentaristas, en un 18% de casos ocupan un rol de políticas o parlamentarias; en cambio los hombres, cuando aparecen como expertos, ocupan roles de expertos académicos o docentes (17%). La segunda función para los hombres expertos o comentaristas, es la de políticos o parlamentarios y la de empleados de gobierno; por su parte, las mujeres tienen como segunda ocupación, en la función de expertas, roles relacionados con la administración de justicia.

En cuanto a la edad de las personas en las noticias, es difícil identificar en la mayoría de los casos, más del 45%; sin embargo, cuando se puede identificar la edad en un rango referencial, llama la atención que las mujeres sobrepasan a los hombres hasta los 18 años, y luego, es mayor la presencia de los hombres en todos los rangos superiores.

Gráfico 15



Tanto mujeres como hombres en función de expertas se encuentran en el rango de edad entre los 35 y 49 años.

En la función de opinión popular, los hombres son principalmente jóvenes, entre 13 y 18 años; en cambio las mujeres en esta misma función, se encuentran en el rango entre 65 a 79 años.

En la prensa escrita, la diferencia entre mujeres y hombres, en el rango de personas entre 65 a 79 años, es de 9 a 1. Es decir, por cada 10 mujeres hay 90 hombres.

Entrando al tópico relacionado con el hecho de que las personas pueden ser presentadas como víctimas o sobrevivientes, se encuentra que las mujeres son presentadas como víctimas en un 11% de casos, los hombres solo en un 4% y las personas transgénero u otras, en un 20% de casos.

Del total de mujeres que aparecen como víctimas en las noticias, un 37% son víctimas de violencia intrafamiliar, violación o asesinato; luego, víctimas de otros delitos o robos (29%), un 6% son víctimas de violencia sexual; por otra parte, cuando los hombres aparecen como víctimas, el tipo más relevante es el de víctimas de robos, ataques y otros delitos (34%), y el siguiente es el de violencia intrafamiliar (22%), que presenta un valor prácticamente igual para el caso de víctimas por accidente o desastres naturales. Finalmente cuando el sexo es "otro", el total de los casos es de víctimas por discriminación por motivos de género, raza, etnia, edad, religión, capacidad, etc. Si bien el número de personas en las noticias identificadas como "otros" en la variable sexo, son muy pocas, llama la atención que el 100% de la violencia que reciben sea directamente por discriminación por esta diversidad.

En los gráficos 16 y 17 se encuentra sendos detalles que describen los valores correspondientes a esta variable.

Gráfico 16

#### PERSONAS SEGÚN SEXO Y SI SON O NO PRESENTADAS COMO VICTIMAS

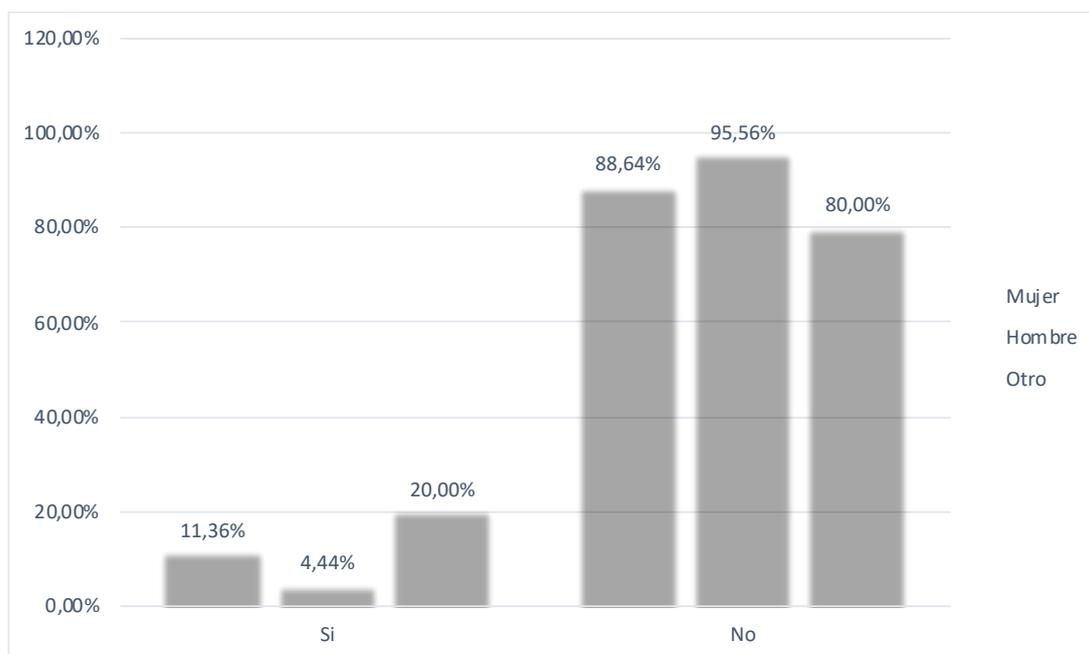
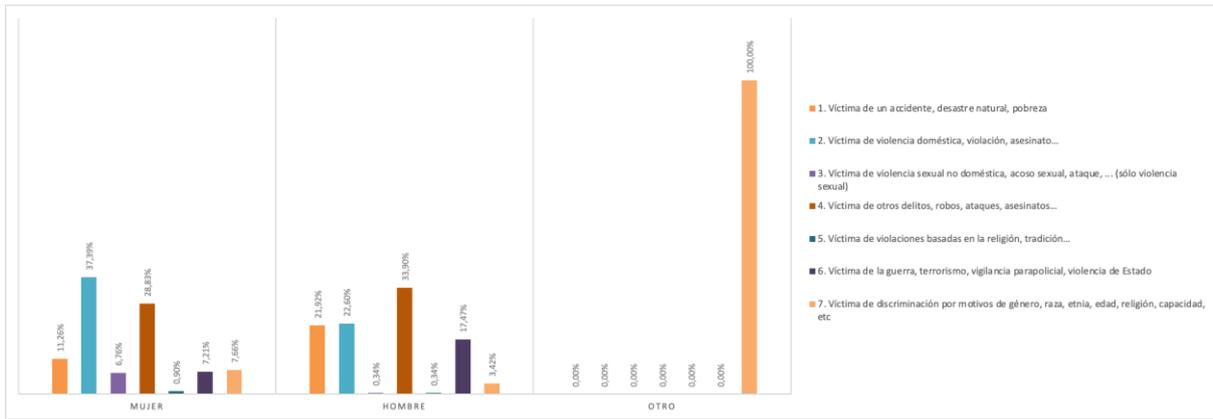


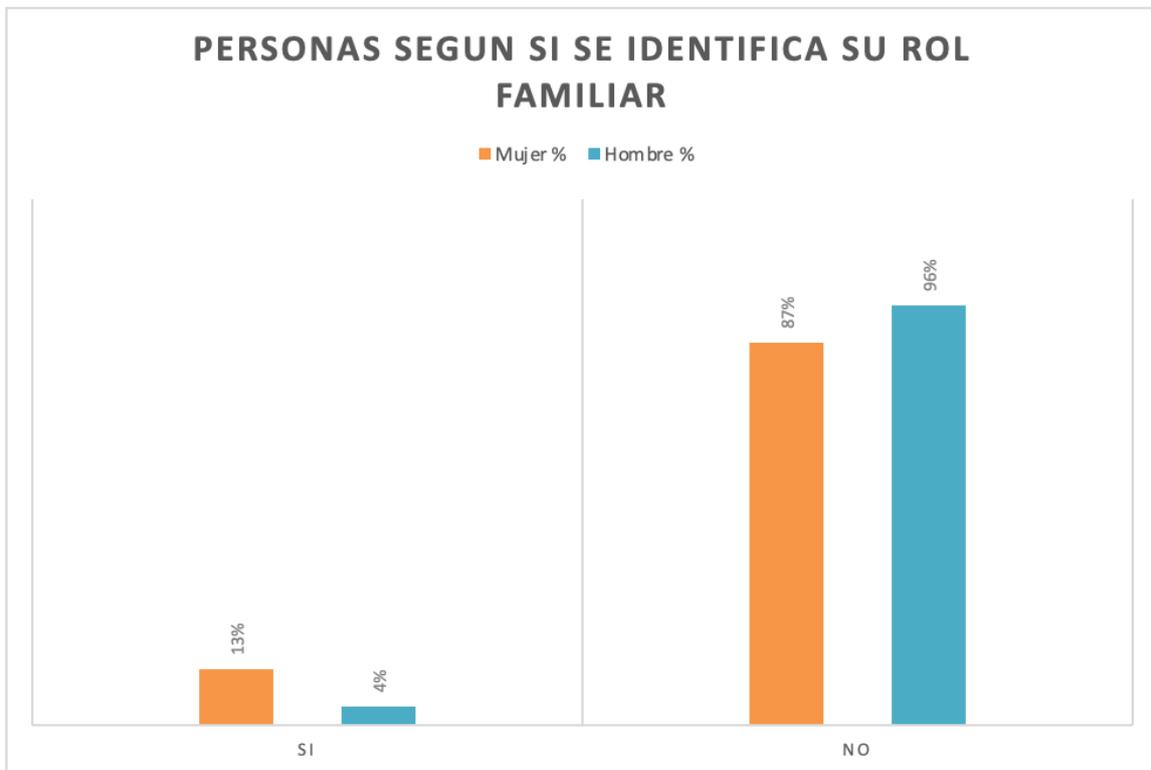
Gráfico 17

#### TIPO DE VIOLENCIA



Las personas en las noticias en algunas ocasiones aparecen identificadas claramente según un rol familiar; en este ámbito, las mujeres son descritas según su rol familiar 3 veces más que los hombres. Esta forma de referencia, no cambia demasiado según el sexo de quien reporta o relata la noticia (variable: sexo de periodista).

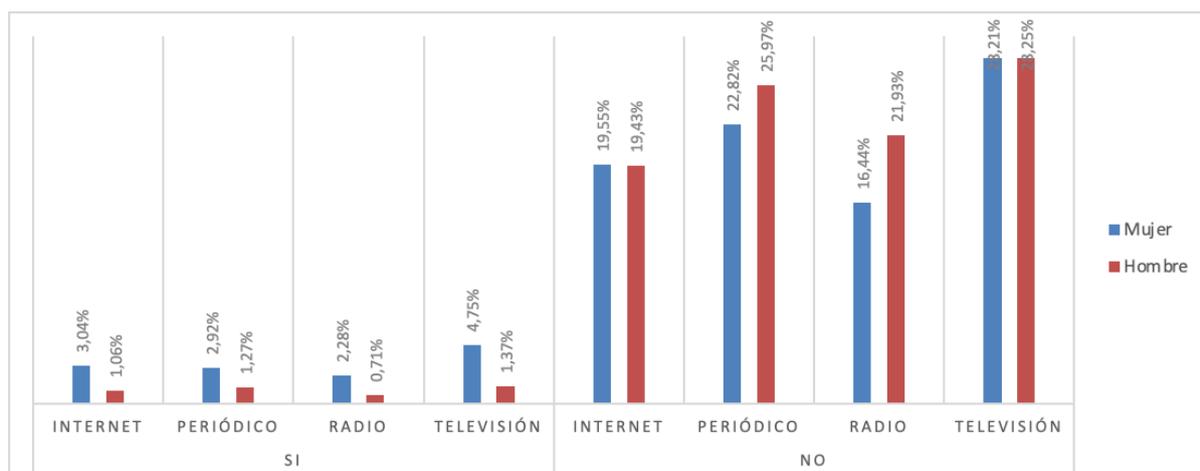
Gráfico 18



En un detalle sobre los medios de comunicación y la referencia que se realiza sobre las mujeres con respecto a su relación familiar, en el gráfico a continuación se observa el detalle. Es la televisión, el medio en donde más se observa este tipo de adjetivación que presenta a las mujeres según su relación familiar, subiendo en este caso la proporción de 4 a 1.

Gráfico 19

## DESCRIPCIÓN SEGÚN MEDIO Y SI LAS PERSONAS SON PRESENTADAS EN RELACIÓN FAMILIAR



Con respecto a las imágenes y fotografías en las noticias, no se observa una diferencia mayor entre mujeres y hombres.

Por otra parte y complementando el análisis de noticias del GMMP, en este estudio se incluyeron algunas preguntas especiales que en la región de América Latina se construyó por consenso. Las preguntas planteadas fueron: 1) ¿Esta persona es identificada como el agresor (agresor por género)?; 2) ¿Esta persona es perteneciente a un pueblo originario, tribal o ancestral?; y, 3) ¿Esta persona representa a algún grupo anti derechos?.

Con respecto a la primera pregunta, en general en la región, es evidente que son muy pocas mujeres, como personas en las noticias, las que son identificadas como agresoras. Cuatro veces menos que los hombres si se promedia el resultado de todos los medios analizados.

Sin embargo, la diferencia se profundiza a una relación de 9 a 1, en las noticias relacionadas con temas de género o de igualdad.

Por otra parte, llama la atención que es en twitter y en prensa escrita en donde más hombres se encuentran como agresores, elevándose la relación, a casi 6 veces en comparación con las mujeres. En radio es el único caso en donde aparece como agresora una persona de un sexo diferente al binario.

En cuanto a los países, son El Salvador, Bolivia, Guatemala, Uruguay y México, en donde más elevado es el resultado. Es decir, en las noticias de estos países es en donde más hombres agresores se identifican en las noticias.

Habrá que analizar más a profundidad en una visión contrastada por país, para comprender si este resultado tiene relación con un índice mayor de violencia de género contra las mujeres, o quizás la visibilización o movilización del movimiento feminista es quien impulsa la presencia mayor de este tipo de especificación en las noticias.

En referencia a la segunda pregunta, son los países de Brasil, Ecuador, Uruguay, Guatemala y México, en donde más presencia existe de personas de pueblos indígenas o tribales, sin embargo esta representación no se acerca a la composición poblacional real de estos países. El resultado global muestra un 3% de personas en las noticias con identificación de pertenencia a pueblos indígenas o tribales; de este total, solo una de cada cinco son mujeres. es decir, también aquí se mantiene una tendencia de visibilidad mayor de los hombres como personajes en las noticias.

La presencia global sin embargo, tal como se ha visto, es mínima frente al total de personas en las noticias.

Finalmente, en la tercera pregunta especial, son Brasil, México, Colombia, Uruguay, Costa Rica, Guatemala los países de la región en donde más presencia de personas de los grupos antiderechos se observa en las noticias, es mayor en televisión y en el caso de la prensa, no existe ninguna mujer que se identifique como personaje de estos grupos. En el resultado global, la relación entre mujeres y hombres es de más de 4 hombres por cada mujer, siendo mayor la diferencia en el caso de radio y televisión.

Sería importante también realizar un análisis contrastado en el que se analice la presencia e incidencia de estos grupos en el debate público.

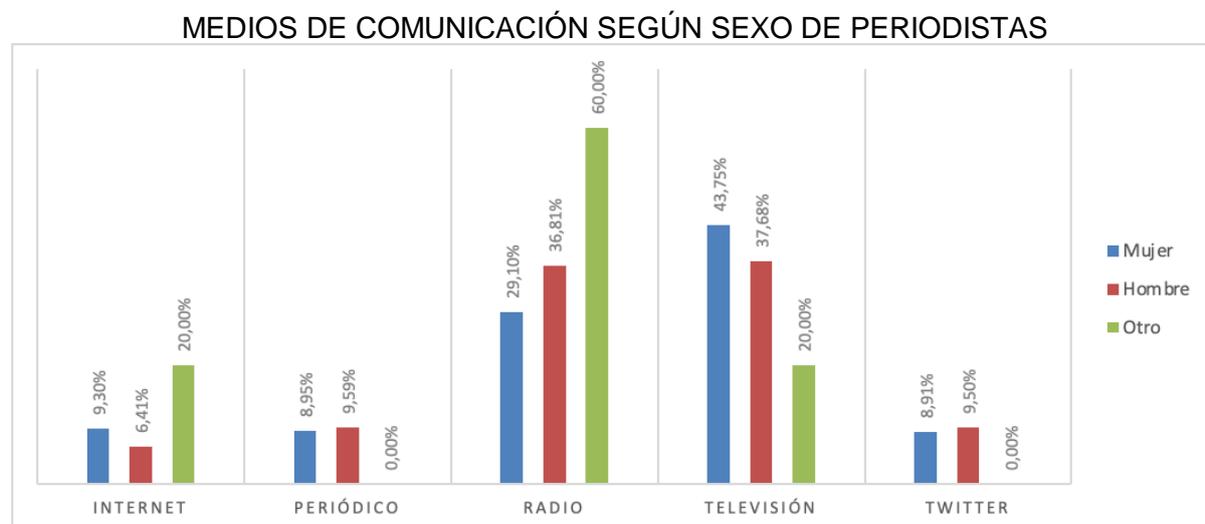
## PERIODISTAS

En esta sección se presenta información sobre las reporteras, anunciadores y presentadoras.

Para comenzar, un 18% de noticias no permiten identificar claramente el sexo de la persona que realiza el reportaje o de la periodista. Con el restante 82%, el desglose según medio de comunicación se presenta en el gráfico 23.

Son las noticias en radio aquellas en donde se identifica más claramente a las personas desde su actividad periodística.

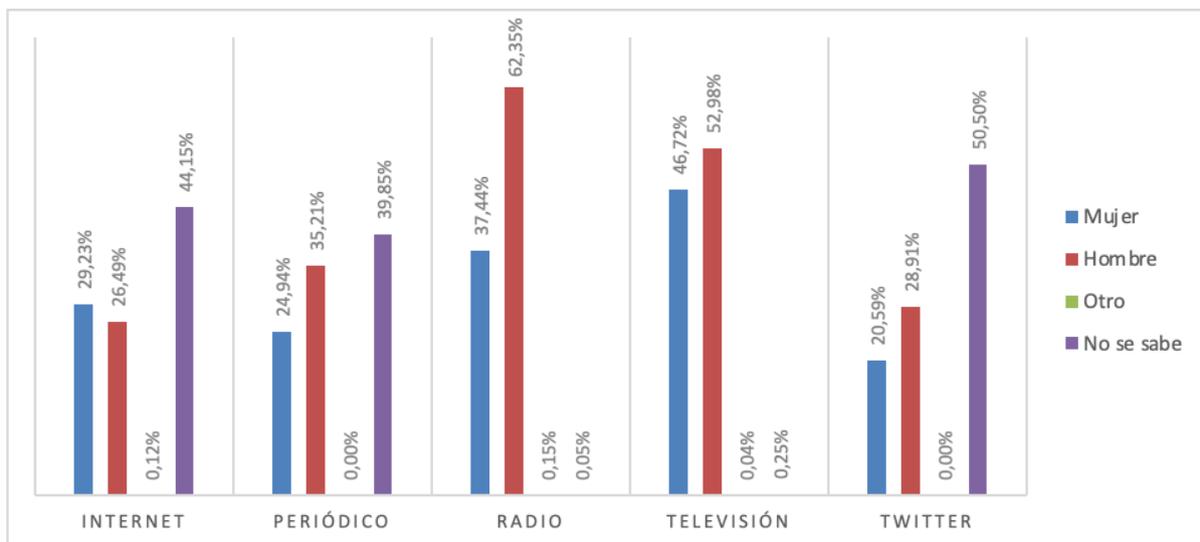
Gráfico 20



En el mismo tema, revisado desde otro ángulo, son la televisión y luego la radio los medios con mayor presencia de mujeres periodistas, y es twitter el que menor presencia evidencia.

Gráfico 21

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN SEGÚN MAYOR PRESENCIA DE PERIODISTAS MUJERES



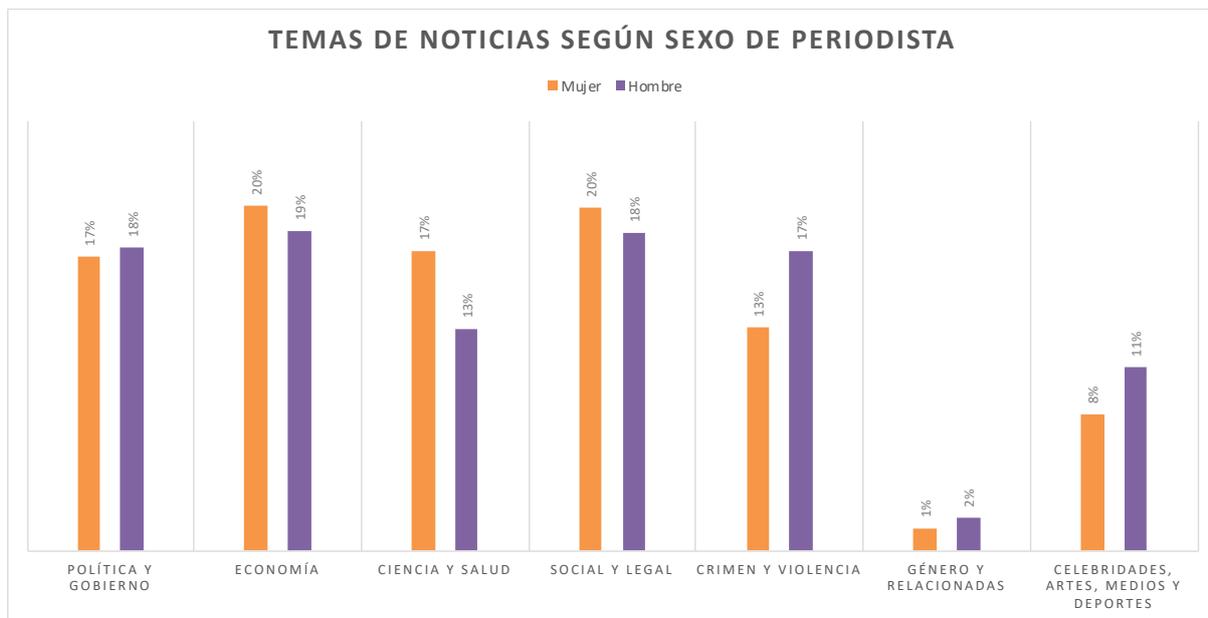
En el gráfico a continuación se presenta el porcentaje de mujeres frente a hombres en cada tipo de medio. El porcentaje global, alcanza un 35%.

Gráfico 22



En la región, las mujeres periodistas son mayor en número que los hombres en temas de economía, social y legal, y, ciencia y salud. Por otra parte, los hombres superan a las mujeres periodistas en noticias relacionadas con crimen y violencia y, celebridades y relacionadas. Llama la atención que en el tema de noticias relacionadas con igualdad de género, los hombres son más en número, recordando siempre que este tema alcanza únicamente un poco más de 2% en los medios de la región.

Gráfico 23

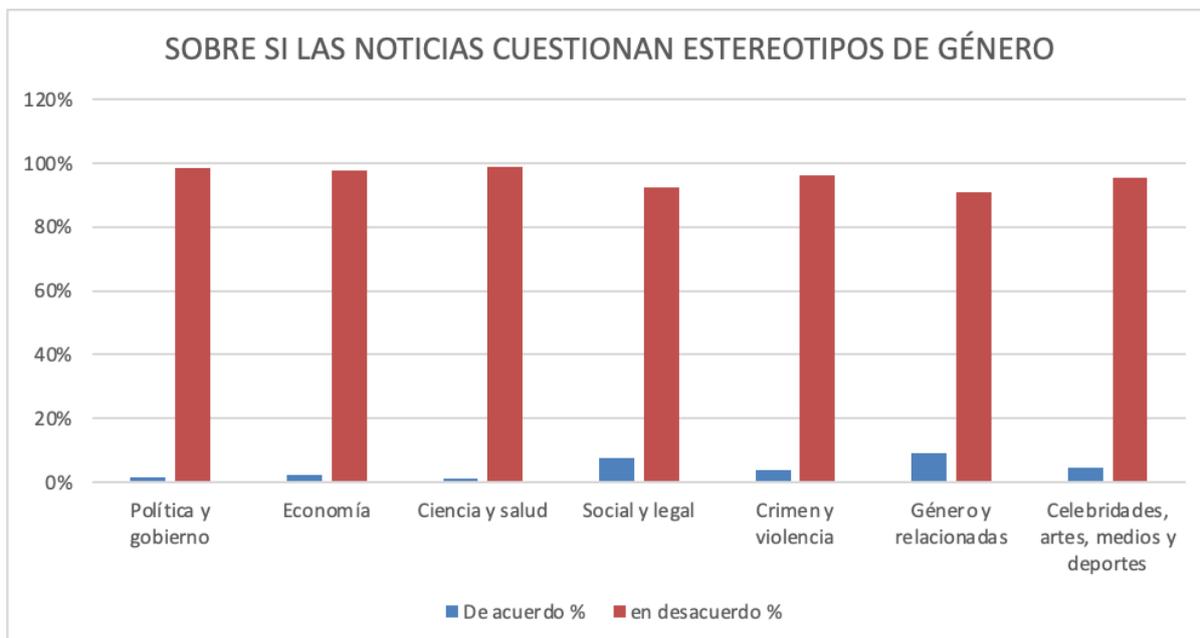


Con respecto a las mujeres presentadoras en televisión y a las reporteras, un 85% y 59% respectivamente se encuentran en el rango de edad entre los 19 y 49 años.

## **PRÁCTICA PERIODISTA: SOBRE LA CENTRALIDAD DE LAS MUJERES, LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO Y LA INFORMACIÓN BASADA EN LOS DERECHOS**

Con respecto a los estereotipos de género, y con relación a los temas centrales de las noticias, se observa que el tema en donde mayormente se cuestionan los estereotipos de género es en las notas sobre igualdad de género, luego social y legal y después celebridades y relacionados.

Gráfico 24

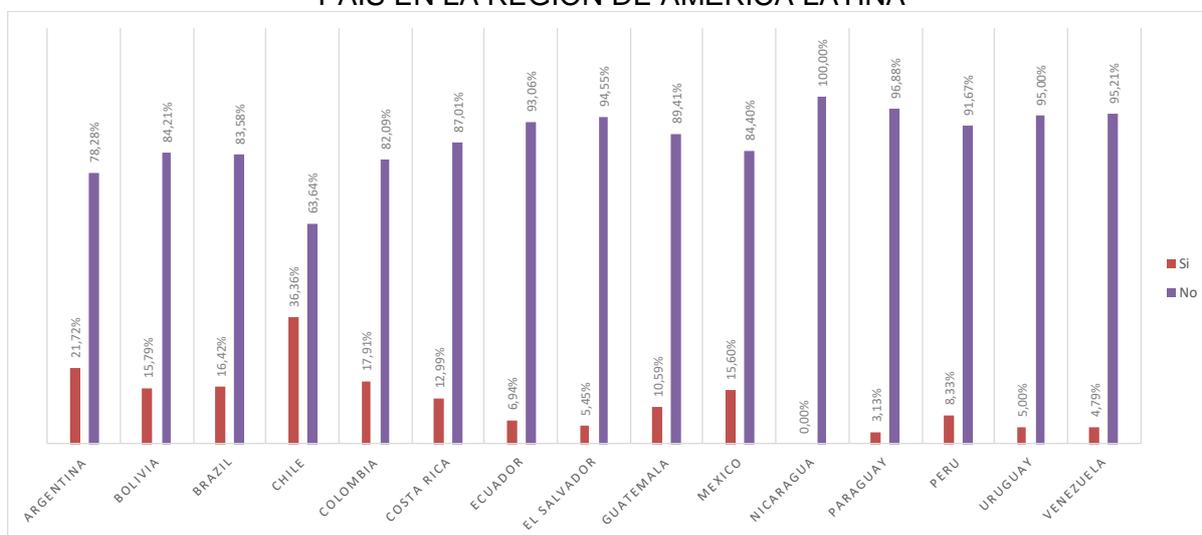


En el siguiente gráfico se presenta una relación por país, en donde se observa que es en Chile, Argentina y luego México, los países en donde mayor porcentaje de noticias que cuestionan los estereotipos de género se encuentran.

Por otra parte, los países en donde menos ocurre este análisis es en Paraguay, Uruguay, El Salvador y Ecuador. El caso de Nicaragua resalta por ser el único país en donde ninguna noticia cuestiona estereotipos de género.

Gráfico 25

### NOTICIAS QUE CUESTIONAN O DESAFÍAN ESTEREOTIPOS DE GÉNERO SEGÚN PAÍS EN LA REGIÓN DE AMÉRICA LATINA

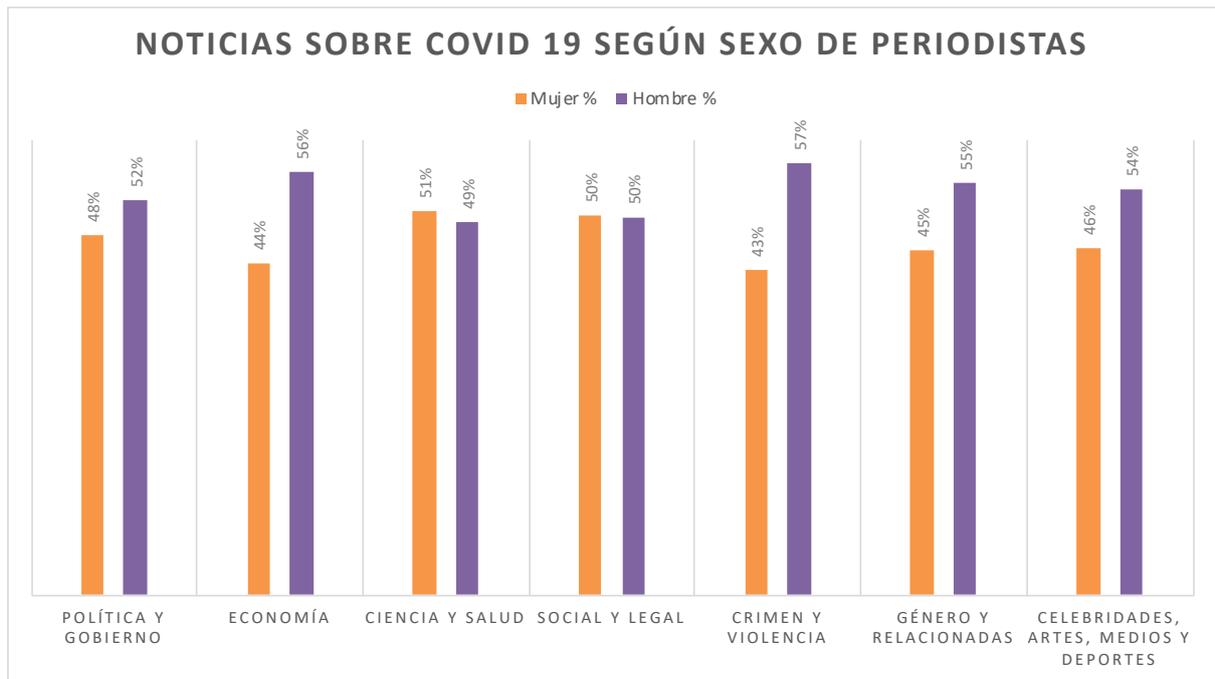


Las noticias reportadas por mujeres cuestionan en 2 puntos más que los hombres, los estereotipos de género en su desarrollo, sin embargo, el porcentaje global de las noticias que desafían o cuestionan estereotipos de género es tan solo de un 12% en la región, y en el caso de noticias en donde se identifica el sexo de quien reporta y al mismo tiempo cuestionan estereotipos de género, es menor aún, llegando a un 5%.

## **ENFOQUE EN LAS NOTICIAS DE COVID-19**

Cuando se analizan los temas de las noticias que abordaron la problemática del COVID 19, según el sexo de periodistas, se encuentra una mayor presencia de mujeres, aunque mínima en el tema de ciencia y salud; en igual proporción, 50/50, en el tema social y legal y en los otros temas, en todos son los hombres los que aparecen mayoritariamente como reporteros, tal como se observa en el gráfico 29. El tema en donde mayor diferencia existe es el de crimen y violencia, seguido muy de cerca por el de economía.

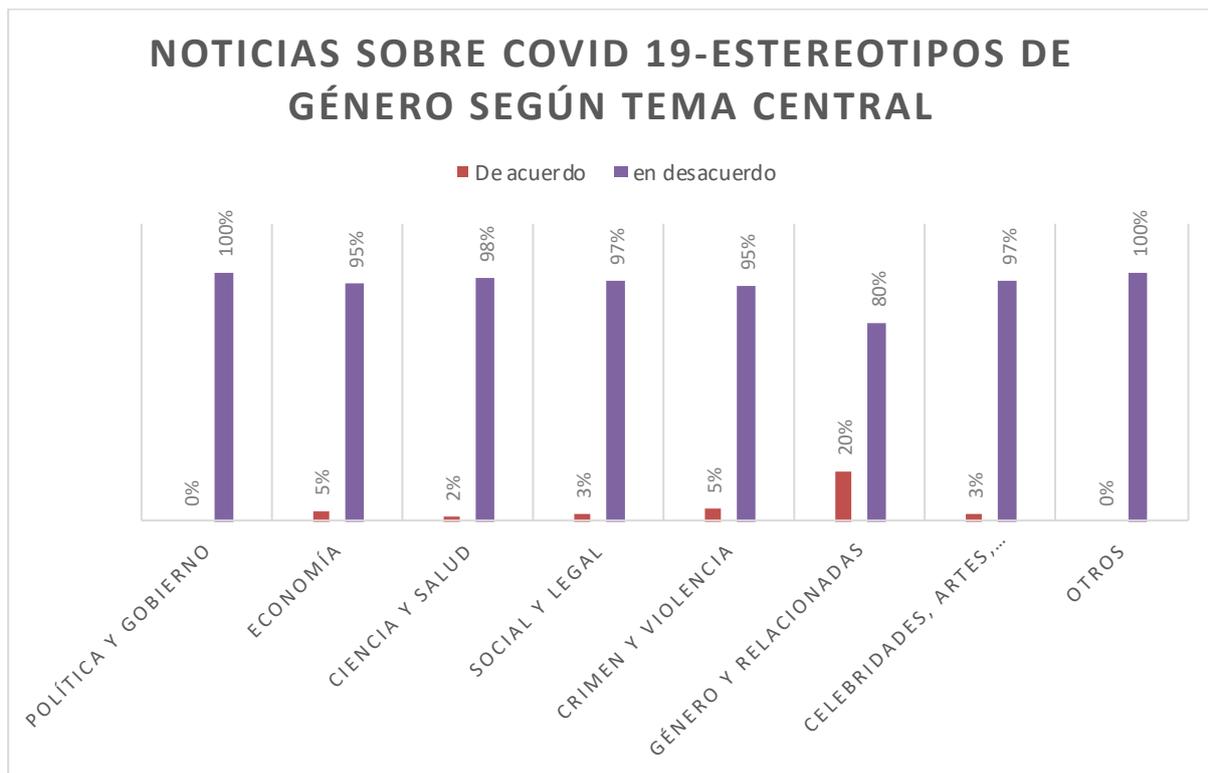
*Gráfico 26*



Las noticias sobre COVID 19, incluyen solo en un 3% información o análisis que desafía los estereotipos de género.

En el gráfico 30, se presentan los datos según los temas centrales de las noticias. En él se puede observar que también es el tema de noticias relacionadas con igualdad de género en el que mayor desafío se realiza frente a los estereotipos de género, seguido del tema crimen y violencia. Esto con respecto a las noticias que se refieren a COVID 19.

Gráfico 27



Del total de notas que se refieren a COVID 19, un 5% tienen relación con temas de igualdad.

En estas noticias, cuando las mujeres aparecen como expertas en referencia a su función en la noticia, representan un 35% en las noticias sobre social y legal, y un 50% en las noticias que se refieren a igualdad de género.

## ESTUDIOS DE CASO

Los estudios de caso en la región han denotado variedad de temas, aquellos que incorporan una perspectiva de igualdad de derechos para las mujeres, tienen que ver con el análisis del aumento de la violencia hacia las mujeres en la región, su participación política en la toma de decisiones, diversidad de actividades que pueden realizar lejos de los roles de género asignados tradicionalmente, y problemáticas económicas que afectan directamente a las mujeres por la situación de la pandemia.

En México, por ejemplo, una de las noticias que genera interés y cumple con los parámetros de generar conciencia de género es la siguiente: *“Más trabajo, pero menos empleo pagado: la pandemia amplía la brecha de género”* (tomada del medio *Expansión*). Esta noticia analiza la situación de la doble carga laboral doméstica y de cuidados que ha recaído principalmente sobre las mujeres a raíz de la pandemia, ofreciendo datos estadísticos que comprueban la desigualdad, además de proponer como fuente de información, tanto a mujeres como a hombres, con un marcado equilibrio entre las fuentes.

Otro de los casos que generan conciencia de género y que ha sido citado por el informe de México, tiene que ver con el aumento de feminicidios en el país. Esta noticia con el titular: *“Indignan al país los constantes casos de feminicidio”* (tomada del Periódico *El Universal*). En esta noticia se hace un estudio sobre los casos de feminicidios reportados en el país, además de dar seguimiento de los procesos judiciales y analizar desde una perspectiva interseccional.

En el Ecuador las noticias que hacen eco, según el estudio, de incorporar perspectivas con enfoque de género, tienen que ver con la desestructuración de roles de género para las mujeres. En las noticias analizadas y que son de carácter positivo destacan la apertura de actividades para las mujeres, por ejemplo en dirigencia de clubes de fútbol o de la incorporación de mujeres en actividades de exploración espacial. En la primera de ellas: *“Las mujeres comienzan a tomar más protagonismo en la dirigencia del fútbol ecuatoriano”* (tomado de TC. Televisión) se analiza la noticia desde un punto de vista que cuestiona los roles de género, utilizando un lenguaje inclusivo e igualitario. En la segunda nota: *Llegada de la mujer a la Luna contra la desigualdad de género en el espacio* (tomada de Metro Noticias) informa de manera clara sobre las situaciones de desigualdad entre mujeres y hombres que ha impedido la participación de las mujeres en carreras y actividades de exploración espacial. Además la noticia cuenta con estadísticas sobre la participación de las mujeres en ésta área.

En el caso del Perú, las noticias desde un abordaje positivo con respecto a la conciencia de género tienen que ver con actividades y profesiones de mujeres, abiertamente reconocidas por los medios. En una de ellas, por ejemplo: *“El caso Cuellos blancos no es de un fiscal, es de una institución”* (tomados del Portal de América TV) que toma con abierta consideración e igualdad en las fuentes la opinión de magistradas mujeres.

En el informe de Bolivia, una noticia con enfoque de género, también hace mención a la situación de crisis económica ocasionada por la pandemia y al papel fundamental de las mujeres en la economía, sobretodo en el rubro de turismo. La noticia: *“Guías de turismo en Sucre reportan desempleo total”* (Periódico Correo del Sur) denota la importancia de las mujeres en este sector y las implicaciones económicas para las mujeres, desfavorecidas por la crisis provocadas por la pandemia.

Por otro lado, una de las noticias que posee un enfoque positivo respecto a la conciencia de género, tiene que ver con el reconocimiento de la labor literaria y artística de la autora española Esther Vivas, con el titular: *En octubre la editorial boliviana presentará el exitoso libro 'Mamá desobediente'* (Cuenta de Twitter de La Razón). En esta noticia pone de relevancia la valía de la autora, rompiendo la costumbre de nombrarla como familiar de un varón, además de hacer hincapié en el contenido del libro que rompe claramente con los estereotipos de género.

Como último ejemplo presentaremos el caso de Paraguay, en el cual se ha nombrado el siguiente artículo como propiciador de conciencia de género: “*Casi 4000 complicaciones por aborto en el año 2020*” (tomado del Diario ABC Color). En esta nota se analiza desde una perspectiva feminista los datos respecto al aborto en Paraguay. Toma en cuenta estadísticas y opiniones de mujeres profesionales y estudiosas del tema.

Como hemos visto, los estudios de caso detallados con anterioridad, nos dan luces de esperanza para reconocer que pueden existir prácticas positivas encaminadas a la creación de contenido que busque la igualdad de género y cuestione los roles socialmente asignados. Sin embargo, la mención y aparición, según los informes por país, de noticias positivas, que cuestionen estereotipos de género, son bastante inferiores en número frente a aquellas noticias que repiten estos roles y estereotipos. El camino de los medios de comunicación para manejar un enfoque de género, es todavía largo y arduo, falta mucho por recorrer.

## RESUMEN Y CONCLUSIONES

- La presencia global de las mujeres en las noticias con un 26% de representación evidencia no solamente un estancamiento sino una baja importante, porcentual (3 puntos). Este elemento debe considerarse para reestructurar y reforzar estrategias para subir la representación y la visibilización de las mujeres en las noticias. En este mismo ámbito, al observar la visibilización de personas de sexo no binario, el porcentaje es ínfimo, menos del 1%, hecho que expresa también una nueva cara de la discriminación en los medios de comunicación.
- La radio continúa siendo un medio de alta importancia por la difusión permanente de noticieros y que cubre lugares a donde aún no llega la tecnología digital.
- En América Latina el tema que más ocupa el interés de los medios es aquel relacionado con política y gobierno, a pesar de que la pandemia por COVID 19 ha estado presente en la agenda mediática el día del GMMP 2020, llama la atención que no sea el tema de ciencia y salud uno de los más relevantes en la región, quedando relegado a un cuarto lugar, después de política y gobierno, economía, y, social y legal.
- En las noticias sobre COVID 19, sin embargo, al analizar su relación con los temas principales de las noticias, se encuentra primero el tema de ciencia y salud y en segundo lugar el de economía; esta marcada tendencia evidencia una agenda mediática que busca por un lado aportar información científica durante la pandemia, pero también la fuerte preocupación que existe por el impacto económico que recién está comenzando a presentar sus primeros indicadores.
- El hecho de que el segundo tema en el que la participación de las mujeres es mayor como sujetos de las noticias sea ciencia y salud, presenta una oportunidad de visibilización y de incorporación de las mujeres en nuevos ámbitos considerados no tradicionales desde los roles de género.
- Es un hecho relevante el porcentaje de mujeres como expertas o comentaristas que aparecen en un rol preponderante relacionado con la política o parlamento; los hombres en la misma situación son presentados en ocupación de expertos académicos o docentes; luego la de políticos o parlamentarios y luego la de empleados de gobierno; en el caso de las mujeres, la segunda ocupación es la de roles de administración de justicia. Este resultado evidencia que en la región, las políticas para lograr incrementar la participación política de las mujeres en el marco del principio de la democracia paritaria podrían estar reflejando leves avances en la representación de las mujeres en los medios de comunicación.
- Las ocupaciones en donde es mayor la presencia de las mujeres en las noticias son las de trabajadora sexual, seguida por la de ama de casa, luego la de estudiante; esto no quiere decir que son las principales ocupaciones para las mujeres. El análisis es al interior de la ocupación evidencia un fuerte sesgo de género que limita la igualdad de oportunidades y tiene incidencia en elementos como el salario y la sobrecarga de trabajo.
- La evidencia de la representación de mujeres en rangos inferiores de edad de manera más relevante que la de los hombres, podría dar cuenta de una invisibilización de las mujeres en rangos de edad mayor, y más aún en rangos de personas mayores de 65 años en donde las mujeres en las noticias comienzan a desaparecer. Este hecho puede reflejar incidencias en ausencia de políticas públicas de género para mujeres adultas mayores, así como al presión del estereotipo occidental de belleza relacionado con la eterna juventud como referente para las mujeres.

- Es visible la diferencia del abordaje de noticias sobre violencia que, en el caso de las mujeres, las presenta mayormente como víctimas de violencia doméstica, violación o femicidio; en cambio los hombres son víctimas principalmente de robos u otros delitos similares; esta representación en los medios puede aportar para el desarrollo de campañas de sensibilización frente a algunas afirmaciones recientes que minimizan la violencia de género intentando colocar a los hombres también como víctimas de este tipo de discriminación.
- En el tema de las personas presentadas como víctimas, las pocas personas de diversidad sexual que aparecen en las noticias y que han sido descritas en este tema, son víctimas de discriminación por razones de odio, este elemento debe llamar la atención de manera fuerte para emprender procesos de incidencia particulares en este sentido.
- La falta de representación de personas de pueblos originarios o ancestrales es una evidencia de la discriminación e invisibilización persistente en América Latina, es necesario reforzar estrategias y acciones en este sentido.

## RECOMENDACIONES Y PLAN DE ACCIÓN 2021-2025

A partir de los resultados, proponemos avanzar sobre los siguientes desafíos hacia un nuevo plan de acción para la incidencia en el marco de la esfera J de la Plataforma de Acción de Beijing y el Objetivo 5 de la CEDAW:

- La pandemia por COVID 19, en medio de todo lo que significó y continúa significando en la profundización de las brechas sociales y de género, ha evidenciado que las nuevas tecnologías e información y comunicación son una alternativa para continuar el trabajo y ampliar la participación; esta constatación debería ser el punto de partida para emprender con más fuerza acciones y estrategias globales que aceleren el crecimiento en la presencia de las mujeres en los medios de comunicación en todos los ámbitos. Foros virtuales, eventos globales, capacitación colaborativa, recuperación de saberes, construcción de conocimiento, son algunas de las acciones que se deberían continuar y ampliar.
- A partir del creciente interés de los medios de comunicación en los temas de participación política de las mujeres generar espacios de formación o de construcción de protocolos mediáticos en el marco de las leyes de cuotas que se están desarrollando como parte del principio de la democracia paritaria impulsado principalmente en América Latina.
- Es evidente la visibilización de las mujeres en los campos de la ciencia y la tecnología, en las noticias relacionadas con la pandemia por COVID 19 se observa esta nueva vocería. Este elemento podría retomarse en la construcción de un directorio mundial y regional con las mujeres expertas en diversas temáticas que puedan ser utilizados y actualizados de manera permanente en todos los espacios y con énfasis en los medios de comunicación para la construcción de sus agendas de opinión y entrevistas temáticas. Este directorio debería ser construido de manera que se evite el sesgo en la representación: vocerías nuevas, campos diversos, recopilación combinada entre medios tradicionales y nuevas plataformas, criterios interculturales, intergeneracionales, interseccionales.
- A partir de la pregunta especial sobre los grupos antiderechos, en los países de Brasil, México, Colombia, Uruguay, Costa Rica, Guatemala, se debería generar debates que posibiliten adelantarse a la incidencia y accionar de estos grupos en los otros países de manera que se generen estrategias regionales para mitigar el impacto de sus acciones sobre los derechos de las mujeres.
- La difusión de los resultados del GMMP debe ser un elemento impulsor y convocar el compromiso de cada vez nuevos actores en la región y en el mundo.

## Anexo 1. Metodología

Una característica clave de la investigación longitudinal es que posibilita realizar una evaluación del cambio a lo largo del tiempo en las variables observadas. En el caso del GMMP (Proyecto Monitoreo Mundial de Medios), que estudia las dimensiones de igualdad de género del contenido de los medios de comunicación, los métodos de recopilación y análisis de datos se han mantenido consistentes a lo largo del tiempo para capturar el cambio con precisión. Al igual que en años anteriores, la metodología y los indicadores estudiados se han mantenido relativamente estables para permitir las comparaciones históricas.

### Proceso

El día de monitoreo global programado inicialmente para el primer trimestre de 2020 se pospuso para más adelante en el año debido a la situación y a las medidas ocasionadas por la primera ola de coronavirus (Covid-19) en todo el mundo. A medida que se acercaba el día de monitoreo en abril, rápidamente quedó claro que proceder según lo planeado daría como resultado una muestra de noticias que se centraría casi por completo en las historias de coronavirus. Surgió una nueva necesidad de abordar los aspectos prácticos del monitoreo durante los confinamientos y los toques de queda impuestos para contener la propagación del virus, ya que las sesiones regulares de codificación comunitaria ahora estaban fuera de discusión para la mayoría de los equipos. Los riesgos para la salud y los medios de vida, la necesidad de encontrar formas de hacer frente a la vida cotidiana, desplazarían al GMMP hacia abajo en la escala de prioridades de los equipos voluntarios, aumentando potencialmente la tasa de deserción. Estos nuevos desafíos exigieron una pausa en los planes de manera que se busquen colectivamente soluciones para lograr poner en marcha las herramientas y los recursos necesarios antes de que pudiera continuar el trabajo de preparación del monitoreo.

El grupo asesor técnico del GMMP y el equipo de desarrollo de la base de datos Code for Africa trabajaron para abordar sistemáticamente los problemas. Se estableció una nueva fecha de monitoreo para septiembre, las herramientas de codificación se ajustaron para capturar historias de Covid-19 sin comprometer la posibilidad de comparar resultados a lo largo del tiempo, de acuerdo a los temas centrales de la noticia; se pusieron a disposición exhaustivos recursos de capacitación audiovisual sobre cómo codificar noticias sobre la pandemia, se desarrollaron instrumentos de codificación electrónica y los equipos se capacitaron nuevamente en numerosos seminarios web que fueron desarrollados de manera virtual.

Al igual que con las ediciones anteriores del GMMP, la captura de datos inicial se llevó a cabo fuera de línea por parte de los equipos de voluntarios en los 116 países participantes. Para el GMMP 2020, se proporcionó una versión en hoja de cálculo de las hojas de codificación, para permitir el registro electrónico del análisis inicial de las noticias.

En el período previo al día de monitoreo, se organizaron sesiones de capacitación regionales y nacionales para lograr una comprensión uniforme de los equipos acerca de la metodología y el enfoque nuevo de la codificación en el marco de la pandemia por COVID 19. Los equipos recibieron capacitación sobre selección de medios, selección de noticias y artículos, la cantidad de medios a codificar y cómo seleccionar la información contextual de cada país.

Para el GMMP 2020, los equipos podrían elegir entre dos posibles opciones para el monitoreo:

- **Monitoreo completo**, cuyos resultados brindan una imagen integral del estado de situación de la igualdad de género en los medios de comunicación.

- **Monitoreo corto**, una versión más breve que se centra en los indicadores clave del GMMP; pensado para equipos que deseen participar pero que puedan verse limitados a la hora de implementar el monitoreo completo.

Para asegurar la precisión en el proceso de codificación, se grabaron noticieros de radio y televisión, y se recolectaron copias de piezas de medios digitales e impresos. A través de los diferentes tipos de medios, tanto para seguimiento completo como corto, los monitores capturaron información sobre la historia, sus temas principales y las personas en la noticia, como periodistas, como sujetos y fuentes de la historia. Además, se realizaron tres preguntas especiales opcionales, únicas para cada país, que permitieron a cada país analizar temas de interés nacional. Para propósitos de estandarización, así como por la naturaleza multilingüe de este estudio, todas las respuestas fueron codificadas numéricamente a partir de listas fijas.

Para permitir la comparabilidad de los datos recopilados de una agenda de noticias, con gran cantidad de notas sobre COVID 19, con los resultados históricos del GMMP, se incluyó una pregunta adicional que preguntaba si la historia (noticia) estaba relacionada con Covid-19. Para esos casos, se solicitó a los equipos de monitoreo que codificaran el tema secundario más relevante. Si bien las noticias mundiales se habían diversificado a niveles prepandémicos para el día de monitoreo global, el análisis regional demostró la importancia de esta pregunta, particularmente para América del Norte y Medio Oriente, que registraron el 37% y el 36% de las historias relacionadas con Covid-19, respectivamente.

### *Bandas de medios*

El sistema de bandas de medios se introdujo en 2005 para garantizar un cuerpo más uniforme de las noticias analizadas para la cantidad de datos global, también ha servido como punto de referencia para que cada país tenga un número mínimo de medios a monitorear. Este sistema se ha mantenido para el GMMP de 2020 y se desarrolló con el aporte de los equipos coordinadores de país.

### *Ponderación*

Si bien el GMMP busca comprender cómo se representa el género (igualdad de género) en los medios de todo el mundo, las diferencias en el acceso y el impacto de los medios en los países participantes pueden implicar que una simple adición de datos, en más, conduciría a resultados sesgados. Por ejemplo, si un país como Francia envió datos de 100 medios, las entradas de un país más pequeño como Fiji tendrían poco o ningún impacto en los resultados. Además, aunque dos países pueden tener un número similar de periódicos, su impacto, en términos del número de personas que los leen, puede ser significativamente diferente. Para abordar estos desafíos, GMMP 2020 actualizó, volvió a probar y aplicó el sistema de ponderación desarrollado por primera vez para la edición de 2005.

### *Precisión*

El GMMP involucró a varios miles de personas en 116 países de diversos grupos que trabajan en temas de medios y género, pero también en la academia, organizaciones sociales y personas con diferentes habilidades de investigación y trabajando en una amplia gama de idiomas. Para un estudio de esta escala, era crucial que se considerara la precisión en cada etapa, para mantener los altos niveles alcanzados en años anteriores. Los errores de entrada y procesamiento de datos pueden tener graves efectos de sesgo en el análisis de datos, lo que da como resultado una tergiversación de las variables observadas. Para minimizar este riesgo, aprovechamos una variedad de procesos automatizados, así como la amplia experiencia de monitoreo de medios de los coordinadores y coordinadoras de país.

### *Limitaciones*

Como ocurre con cualquier estudio, se hizo un gran esfuerzo para garantizar la precisión de los datos. Como se observó en GMMP anteriores, no se puede determinar un error de medición exacto debido a la magnitud del estudio. La medición de error convencional involucraría a diferentes investigadoras codificando la misma historia y luego calculando un nivel de error a partir de las diferencias entre los resultados. Aunque esto no fue posible para GMMP, se han seguido los mecanismos de las mejores prácticas para asegurarnos de que hubiera errores mínimos en el proceso de generación de análisis y captura de datos.

#### *Acerca de Code for Africa*

[Code for Africa](#) (CfA) es la red más grande del continente, de laboratorios indígenas africanos de tecnología cívica y periodismo de datos de investigación, con más de 70 empleados en 19 países, que construyen soluciones de democracia digital destinadas a brindar a la ciudadanía acceso sin restricciones a información procesable que les permita tomar decisiones informadas y fortalecer el compromiso cívico para mejorar la gobernanza pública y la rendición de cuentas.

## Anexo 2. Lista de países

Los medios de comunicación analizados y estudiados en la región en esta edición del GMMP del año 2020 fueron diversos en su naturaleza, cobertura y tipo de abordaje; así mismo con gran presencia en uno de sus países. A continuación se presenta un listado con los medios seleccionados en algunos de los países de la región:

### México

Prensa:

1. El Sol de México
2. El Universal
3. Excélsior
4. La Jornada
5. La Razón
6. La Crónica de Hoy
7. Milenio
8. Reforma
9. Reporte Índigo

Televisión:

10. Azteca Uno. Hechos AM
11. Azteca Uno. Hechos Noche
12. Televisa Noticias de noche con Denise Maerker
13. Despierta Televisa. Daniele D Iturbide
14. Once noticias. Noticiero nocturno
15. Noticiero meridiano
16. Imagen televisión

Radio:

17. Ciro Gómez Leyva por la mañana
18. MVS Noticias Luis Cárdenas
19. Imagen
20. Así las cosas por MVS con Warketin y Risco
21. Aristegui Noticias en Radio Centro
22. Noticiero Enfoque Noticias con Adriana Pérez Cañedo en IMER
23. IMER. Horizonte 107.9. Noticias primera emisión
24. Noticiero López Dóriga en Radio Fórmula

Portales internet:

25. Animal Político
26. Aristegui Noticias
27. El Heraldo de México
28. El Universal
29. Nación 321
30. Político Mx
31. Proceso
32. Reporte Índigo
33. SDP Noticias
34. Sin embargo
35. Sopitas

#### Cuentas de twitter:

36. Adela\_Micha
37. adn40
38. AristeguiOnline
39. AztecaNoticias
40. Brozoxmiswebs
41. CNNEE
42. El\_Universal\_Mx
43. ExpansionMx
44. Heraldodemexico
45. imagenZea
46. lajornadaonline
47. Lopezdoriga
48. MVSNoticias
49. Ntelevisa\_com
50. Pajaropolítico
51. PaolaRojas
52. Reporte\_Indigo
53. proceso
54. SinEmbargoMX

#### **Ecuador**

##### Radio:

1. Sonorama (nacional)
2. La voz del Tomebamba (local)
3. Ondas Cañaris (regional)

##### Televisión:

4. Ecuavisa (nacional, privada)
5. TC Televisión (nacional, pública)
6. Teleamazonas (nacional, privada)
7. Telerama (local-regional, privada)

##### Internet, digitales:

8. El telégrafo (público)
9. Metro noticias (privado)
10. Primicias (privado)
11. La hora (privado)
12. La República (privado)

##### Twitter:

13. El comercio (prensa, privado)
14. Ecuavisa (televisión, privado)
15. La Hora (prensa, privado)
16. El Universo (prensa, privado)
17. La Voz del Tomebamba (radio, privado)

##### Impresos:

18. Últimas noticias (nacional, privado)
19. El Comercio (nacional, privado)
20. El Universo (nacional, privado)
21. El Mercurio (local, privado)
22. Expreso (nacional, privado)
23. El Telégrafo (nacional, público)

Perú

Prensa escrita:

1. Trome
2. La República
3. El Comercio
4. Correo

Prensa digital (internet):

5. RPP
6. La República
7. El Comercio
8. América Noticias

Radio:

9. Radio Nacional Programa: El informativo
10. Radio Exitosa: Programa: Hablemos Claro
11. RPP: Programa: La Rotativa del Aire-Edición Mañana
12. RPP: Programa: La Rotativa del Aire-Edición Tarde

Televisión:

13. Panamericana: Programa: Buenos días Perú
14. Latina: Programa: Noventa Matinal
15. ATV: Programa: Al estilo de Juliana
16. América TV: Programa: Primera Edición
17. América TV: Programa: Edición Central

## **Bolivia**

Periódicos:

1. Página Siete
2. Extra
3. El Deber
4. Correo del Sur (local)

Radio:

5. Panamericana
6. Fides,
7. Radio Centro
8. Kanchaparaspa
9. Radio Santa Cruz.

Televisión:

10. Unitel: Bolivia TV
11. Red Uno
12. Bolivisión

Plataformas digitales:

13. Agencia Boliviana de Información (ABI)
14. Agencia de Noticia Fides (ANF)
15. Hoy Bolivia
16. Página Siete
17. Erbol

Twitter:

18. ATB Digital
19. El Deber
20. Unitel Bolivia
21. La Razón Digital

## **Argentina**

Periódico:

1. Clarín
2. La Nación
3. Página/12
4. Ámbito Financiero
5. Crónica
6. La voz del interior
7. El cronista Comercial.

Televisión:

8. Canal 13
9. Telefe
10. Canal 10 de Córdoba
11. Televisión Pública.

Radio:

12. Nacional
13. Libertador
14. Mitre
15. Continental
16. AM 750
17. Cadena 3
18. Radio 10.

Portales internet:

19. Infobae
20. La Capital de Mar del Plata
21. La Nación
22. Página/12

## 23. Ámbito Financiero.

### Twitter:

24. @populardiario
25. @C5N
26. @lacapitalrosario
27. @infonews
28. @El Destape
29. @pagina12
30. @tiempoarg
31. @CronicaTV
32. @clarincom
33. @LAVOZcomar
34. @EITribunoJujuy

## **Paraguay**

### Periódico:

1. Última Hora del Grupo Vierci
2. La Nación
3. Crónica
4. Popular del Grupo Cartes
5. ABC Color

### Radio:

6. Radio Ñanduti
7. Radio Nacional del Paraguay, estatal.
8. Radio Monumental
9. Radio Sur
10. Radio Paraná

### Televisión:

11. Canal SNT
12. Más Encarnación TV
13. TV Paraná
14. Sur TV,
15. Albavisión.

### Portales internet:

16. Diario HOY
17. Itapúa en Noticias
18. Más Encarnación.

### Twitter:

19. Hoy Py
20. Telefuturo Informa
21. ABC Digital

## **Costa Rica**

Periódicos:

1. La Extra
2. La Teja
3. La Nación
4. La República

Radio:

5. Radio Monumental
6. Radio Columbia
7. Radio Nacional (SINART )
8. CRC 89.1 FM
9. Radio Santa Clara

Televisión:

10. Noticias Repretel
11. Telenoticias
12. Telediario Multimedia
13. Colosal Informa (Ciudad Neily)
14. SINART
15. COOPELESCA
16. ANEXIÓN TV
17. EXTRA TV

Portales internet:

18. CR Hoy
19. Surcos Digital
20. El Mundo CR
21. Semanario Universidad
22. El Observador CR
23. Puro Periodismo
24. La voz de Guanacaste
25. Informatico
26. Multimedia
27. AM Prensa

Twitter:

28. Diario Extra
29. Noticias Monumental
30. Delfino.CR
31. El Mundo CR
33. AmeliaRueda
34. SanCarlosDigital

**WACC**



WACC  
308 Main Street  
Toronto  
ON M4C 4X7  
Canada

**Tel:** +1 416 691 1999  
[gmmp@waccglobal.org](mailto:gmmp@waccglobal.org)  
[www.whomakesthenews.org](http://www.whomakesthenews.org)  
[@whomakesthenews](https://www.whomakesthenews.org)

GAMMA  
Calle Octavio Díaz 8-15 y Juan José Flores  
Cuenca  
Ecuador

Telf: 593 72806791  
[www.gammaecuador.org](http://www.gammaecuador.org)  
[gamma@gammaecuador.org](mailto:gamma@gammaecuador.org)  
@GAMMAECUADOR