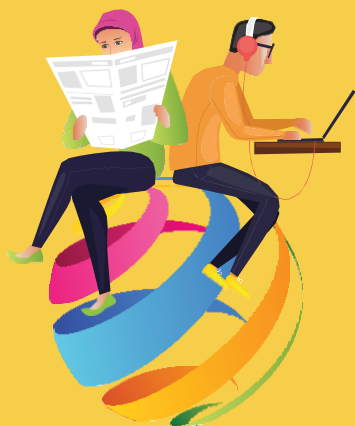


¿QUIÉN FIGURA EN LAS NOTICIAS?



GMMP

Proyecto de
Monitoreo Mundial
de Medios

2020

URUGUAY

INFORME NACIONAL



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



Reconocimientos

Agradecemos a todas las voluntarias que colaboraron en la documentación y análisis de noticias para el monitoreo.

Análisis y redacción del informe país: Cecilia Gordano y Jenny Segovia

Tabla de contenido

CONTEXTO GLOBAL.....	2
CONTEXTO REGIONAL.....	4
CONTEXTO NACIONAL SOBRE EL PAIS, GENERO EN LOS MEDIOS Y COMUNICACION	5
RESUMEN EJECUTIVO.....	9
UN DÍA EN LAS NOTICIAS EN URUGUAY	9
EL CONTEXTO	10
TEMAS EN LAS NOTICIAS.....	12
SUJETOS Y FUENTES DE NOTICIAS.....	13
PERIODISTAS	15
PRÁCTICA PERIODÍSTICA: SOBRE LA CENTRALIDAD DE LAS MUJERES, LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO Y LA INFORMACIÓN BASADA EN LOS DERECHOS.....	16
ENFOQUE EN LAS NOTICIAS DE COVID-19	18
RESUMEN Y CONCLUSIONES.....	19
RECOMENDACIONES Y PLAN DE ACCIÓN 2021-2025	21
 Anexo 1. Metodología	 22
Anexo 2. Lista de monitoras y monitores	25

El mundo en un simple vistazo

Disparidad entre géneros: Personas en las noticias.

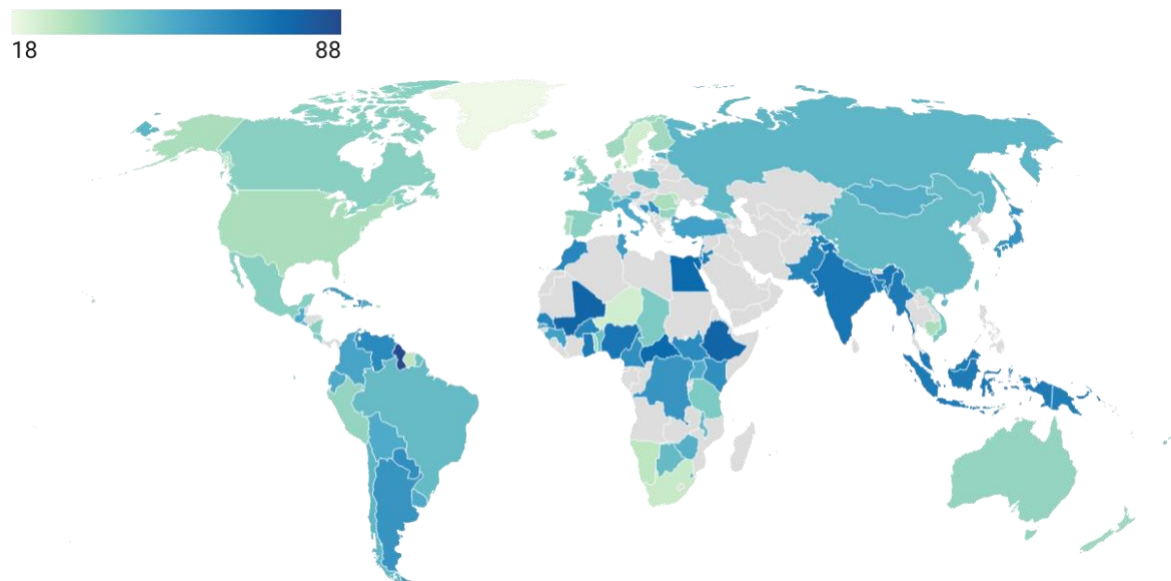


Figura 1. Disparidad entre géneros: Sujetos y fuentes. Periódicos, radio y televisión.

Datos del GMMP 2020

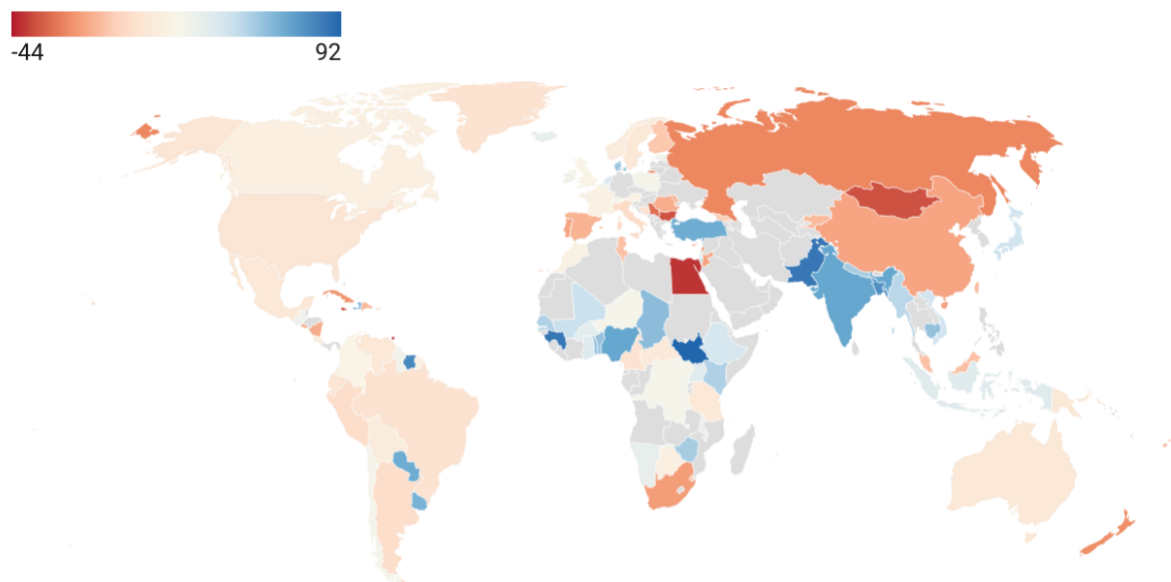


Figura 2. Disparidad entre géneros: Reporteras y reporteros. Periódicos, radio y televisión.

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”¹.

El primer cambio notable en la presencia global de las mujeres en las noticias se registró en 2005 en la tercera edición de la investigación². 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 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

¹ 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

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

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".³

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.

³ 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.

CONTEXTO NACIONAL SOBRE EL PAIS, GENERO EN LOS MEDIOS Y COMUNICACION

En los últimos 15 años en Uruguay han habido importantes avances legislativos para visibilizar y proteger derechos básicos de las mujeres, en consonancia con la Plataforma de Acción de Beijing que el país suscribió desde 1995. Estos avances, sin embargo, han sido más normativos que efectivos, ya que persisten resistencias culturales de larga data en varios sectores sociales, políticos y económicos, así como escasez de recursos materiales, humanos y voluntad política para implementar en su totalidad una amplia gama de leyes, planes y programas de avanzada sobre diversos temas: violencia basada en género, derechos de las infancias, de personas trans, de salud sexual y reproductiva, entre otros.

Los temas referentes a género y medios de comunicación, abordados en el punto J de la Plataforma, han inspirado y guiado varias iniciativas relevantes, en su mayoría impulsadas por la acción sostenida de los movimientos de mujeres y feministas.⁴ Los reclamos feministas han permeado instituciones del Estado, en especial el Instituto Nacional de las Mujeres (INMujeres), dependiente del Ministerio de Desarrollo Social de Uruguay, que en un informe publicado en 2019 con motivo del 25 Aniversario de la IV Conferencia Mundial sobre la Mujer destacó:

- la realización de “talleres de sensibilización dirigidos a periodistas con el objetivo de aportar herramientas y recursos para un abordaje periodístico de la Violencia basada en Género desde un enfoque de derechos humanos.” Ello forma parte de la “Estrategia Nacional para la Igualdad de Género al 2030,” que brinda un marco de orientación a los planes específicos de las diferentes instituciones que integran el Consejo Nacional de Género.⁵
- El desarrollo de campañas de bien público para problematizar los estereotipos sexistas y proponer alternativas, como uno de los ejes de acción del Consejo Nacional de Género para 2015–2020.

Si bien el abordaje de la comunicación desde una perspectiva feminista ha ido ganando terreno tanto en la opinión pública como en muchas/os profesionales que trabajan en los medios, los cambios culturales necesarios para erradicar estereotipos de género, visibilizar y reconocer los aportes de las mujeres y democratizar la comunicación, son aún lentos y tímidos, especialmente en los medios de comunicación *mainstream*.

Dos temas clave para la agenda feminista de comunicación son la representación de la violencia de género en los medios y la situación laboral de las mujeres periodistas. Ello fue objeto de una investigación desarrollada en 2020 por Cotidiano Mujer con apoyo de WACC y de la Embajada de Francia en Uruguay.⁶ Por un lado, se constató una creciente profesionalización del tratamiento noticioso de la violencia basada en género, especialmente a través del uso de datos estadísticos disponibles que sirven para contextualizar los hechos, las consultas a fuentes calificadas diversas y un uso del lenguaje cada vez más responsable y

⁴ En 2019, Cotidiano Mujer hizo un relevamiento sobre los temas clave del punto J de la plataforma en el país, que se puede consultar en <https://gamag.net/wp-content/uploads/2020/01/URUGUAY.pdf>

⁵ El Consejo Nacional de Género es un órgano interinstitucional del Gobierno uruguayo en el cual se analizan las situaciones que limitan la igualdad de oportunidades entre mujeres y varones. Está compuesto por representantes de todos los Ministerios, instituciones educativas y de trabajo, sindicatos, Fiscalía General de la Nación, entre otros.

⁶ Los informes completos se pueden descargar en <https://cotidianomujer.org.uy/sitio/ediciones-de-cotidiano/2461-investigacion-genero-y-comunicacion-en-pandemia>

sensible a las desigualdades de género, evitando expresiones sexistas y/o estereotipadas que revictimizan a las víctimas de las agresiones. Sin embargo, los resultados de la investigación también evidenció cómo los principales medios de prensa conservadores utilizaron diversas estrategias discursivas de invisibilización del movimiento feminista, a pesar de su rol históricamente clave en el reclamo e implementación de acciones concretas para prevenir, detectar y combatir la VBG en todas sus manifestaciones.

En cuanto a la situación laboral de las mujeres periodistas y trabajadoras de los medios, el estudio realizado por Cotidiano Mujer en 2020 indicó que “suelen enfrentar numerosas dificultades en su desempeño profesional, y sus necesidades y experiencias específicas quedan invisibilizadas”. Luego de analizar 100 respuestas a una encuesta online, se pudo constatar que hay una creciente precarización en las condiciones laborales de las trabajadoras en los medios, agravadas por la pandemia de Covid-19 que causó cierre de fuentes de empleo así como reducción de derechos y salarios. A los problemas endémicos del sector -las largas jornadas laborales, la segregación vertical que impide que las mujeres asciendan en igualdad de condiciones y accedan a puestos de poder, y la división sexual de los temas de cobertura, entre otros- se suman las desigualdades de género -acoso laboral y sexual, hostigamiento por parte de entrevistados y/o compañeros de trabajo- y el impacto de la pandemia. A modo de ejemplo, el 70 % de las trabajadoras encuestadas señaló que su buen desempeño laboral y profesional estuvo afectado por **ansiedad y estrés**. 56% de este grupo los atribuyó a la “gestión de múltiples tareas mientras trabaja”. En cuanto a la percepción que las trabajadoras tienen de las desigualdades de género, se constató un aumento considerable, ya que triplicó los valores medidos en un estudio pionero sobre el tema, realizado en 2012.⁷ El 38% del total de encuestadas consideró que las desigualdades de género aumentaron tras la pandemia, de las cuales 66% indicó por motivos de conciliación laboral familiar.

Otro tema preocupante es el aumento de la violencia hacia mujeres periodistas, como se ha constatado en otras regiones del mundo (IWMF, 2018). Del total de 100 trabajadoras de medios encuestadas en 2020, 40% vivieron violencia online “algunas veces” durante su experiencia profesional, 7% con frecuencia. De este 47%, tras la pandemia tres de cada diez trabajadoras (26%) consideran que aumentó, (55%) seis de cada diez manifiestan que se mantuvo igual.

⁷ La percepción que las trabajadoras en los medios uruguayos tienen de la discriminación basada en género pasó del 23% en el 2012 a 64% en el 2020. La comparación fue posible replicando la medición de 5 variables (sobre oportunidades laborales, situaciones de violencia y acoso en el ámbito laboral) del índice que se construyó en el estudio “Las condiciones del ejercicio profesional de mujeres y hombres de los medios de comunicación”, realizado en 2012 por la Consultora CIFRA para las Asociación de la Prensa Uruguaya (APU) y con el apoyo de ONU Mujeres. En ese entonces, la recientemente creada Comisión de Género de APU encomendó esta investigación para hacer un diagnóstico de la profesión: perfiles, trayectorias laborales y tendencias. Una de las principales contribuciones fue la elaboración y medición de un “índice de percepción de la desigualdad de género”, que evidenció de forma incipiente cómo las trabajadoras identificaban obstáculos y violencias en su actividad laboral cotidiana.

Participación de Uruguay en el GMMP

Cotidiano Mujer ha participado en cinco ediciones del Monitoreo Global de Medios: en 1995, 2000, 2010, 2015, y ahora 2020, con equipos de voluntarias integrados por diversas académicas, activistas, estudiantes de periodismo y periodistas profesionales convencidas de la importancia de los monitoreos como herramientas clave para visibilizar la presencia y/o ausencias de mujeres en los medios, tanto a nivel local como regional y mundial.⁸

Como proyecto feminista de comunicación e incidencia política desde una perspectiva feminista y de derechos humanos, Cotidiano Mujer celebró su 35° aniversario en 2020, renovando su compromiso histórico de aportar a la democratización de los medios de comunicación para garantizar la pluralidad y diversidad de los sujetos sociales y políticos e incidir en la modificación de los estereotipos sexistas en los medios.

⁸ http://www.cotidianomujer.org.uy/sitio/pdf/GMMP_2010uruguay.pdf

RESUMEN EJECUTIVO

En Uruguay, la cobertura noticiosa del 29 de setiembre de 2020 estuvo fuertemente condicionada por los resultados de las elecciones departamentales y municipales, celebradas dos días antes. Ello implicó una alta recurrencia de la categoría “Política y Gobierno” en las noticias relevadas ese día en todos los medios.

La información contextual del país, sin embargo, no ha tenido impacto (ni positivo ni negativo) en la constatación, un año más, de que los mayores hallazgos del monitoreo están lamentablemente en las grandes ausencias: la ausencia de perspectiva de género en los contenidos noticiosos y la ausencia de mujeres tanto en sus roles periodísticos, así como sujetos y fuentes en las noticias analizadas. Así la presencia de mujeres es notoriamente inferior en todos los medios y temas de cobertura monitoreados. A modo de ejemplo, el porcentaje de varones que aparecen como fuentes noticiosas prácticamente triplica el porcentaje de mujeres. También se constató una presencia mayoritaria de varones como reporteros, locutores y presentadores.

En cuanto a los contenidos, durante el monitoreo no se identificaron noticias que desafían estereotipos de género. Incluso entre las noticias sobre Covid-19, no se identificaron noticias relacionadas a desigualdades ni estereotipos de género, a pesar que varias organizaciones y estudios de referencia han destacado el impacto negativo que la pandemia ha tenido sobre poblaciones históricamente posicionadas en situaciones de vulnerabilidad, incluyendo mujeres, disidencias, infancias y adolescencias. La prensa del día no se ha hecho eco de las consecuencias de la pandemia en la crisis de cuidados, ni en la economía informal, ni en la regresión de derechos laborales, económicos, sexuales y reproductivos, entre otros, desde una perspectiva de género.

UN DÍA EN LAS NOTICIAS EN URUGUAY

El 29 de setiembre de 2020, día del Monitoreo Global de Medios, encontró a Uruguay a apenas dos días de la realización de las elecciones departamentales y municipales. Este hecho marcó claramente la agenda de noticias de ese día, donde los temas políticos y electorales primaron sobre los demás. Vale la pena destacar que, a pesar de los bajos niveles de representación política de las mujeres en Uruguay,⁹ en las elecciones departamentales de 2020 en la capital Montevideo (donde vive la mitad de la población del país), había dos

⁹https://ladiaria.com.uy/feminismos/articulo/2021/2/78-de-los-cargos-politicos-y-de-confianza-en-el-estado-son-ocupados-por-varones/https://www2.unwomen.org/-/media/field%20office%20americas/documentos/publicaciones/2021/03/onu%20mujeres_infografia%20mujeres%20web.pdf?la=es&vs=1005

candidatas mujeres compitiendo por el puesto de Intendenta, una de las cuales resultó electa.

Otro hecho que marcó la jornada noticiosa fue el asesinato de una niña en el departamento de Maldonado. En un trágico y confuso episodio, una niña de 7 años fue alcanzada por un disparo mientras se encontraba al cuidado de su padre. Esta noticia puede ser relevante a la hora del análisis, ya que algunos medios enmarcaron la noticia adjudicando responsabilidades a la madre de la niña, porque permitió la visita a su padre aunque éste tenía restricciones para verla.

La cobertura noticiosa de la pandemia de Covid-19 no había adquirido una relevancia central debido a que los contagios en el país no se habían disparado y reinaba un clima de cierta cautela pero aún sin alarma. El 29/9/2020 se contabilizaban 23 contagiados y un fallecimiento.¹⁰

EL CONTEXTO

Uruguay es un país pequeño con una población de casi 3,5 millones de habitantes. Al igual que en otros países de Latinoamérica, hay un grave problema de concentración mediática (Gómez, Franco, Gelves y Thevenet, 2017) que se agravó en 2020 con un proyecto de ley presentado por el nuevo gobierno electo para derogar la Ley de Medios vigente desde 2014. Según organizaciones sociales especializadas, de aprobarse la nueva ley se “agudizará la concentración mediática y afectará el pluralismo informativo” (OBSERVACOM, 2020).¹¹

La selección de los medios se realizó buscando un equilibrio entre las mediciones de audiencia disponibles y la variedad de líneas editoriales y/o posturas ideológicas predominantes en cada medio. Los medios a analizar se decidieron por consenso en el equipo de monitoreo y se detallan en el siguiente cuadro:

Prensa escrita:	Web:	Radio:	TV:	Twitter:
La República La Diaria El País	El País Observador Montevideo.com LaRed21	Montecarlo Sarandí Carve	Canal 12 Telenoche 4 Subrayado TV Ciudad	@MonteCarlo930 @Subrayado @ladiaria

¹⁰ Los contagios comenzaron a aumentar a partir de diciembre 2020 y se dispararon en abril, mayo y junio de 2021.

¹¹ Según OBSERVACOM, la nueva Ley de Medios presentada (N°19.307) “triplica la cantidad de medios que puede acumular actualmente una misma persona o empresa, al pasar de 3 a 8 licencias, exime de los límites de acumulación a quienes tienen menos del 30% de capital accionario en cada medio; deroga todas las disposiciones anticoncentración en la TV paga; promueve la extranjerización de la propiedad de las empresas de TV paga (...) entre otros aspectos” ([OBSERVACOM, 2020](#)).

En **prensa escrita** se incluyó al diario más antiguo, de mayor tiraje y alcance nacional (El País), un diario cooperativo que se financia con suscripciones y ha logrado crecer sostenidamente (La diaria)¹² y un diario de izquierda de menor circulación (La República).

El diario El País fue fundado en 1918 y ha alcanzado altos niveles de distribución a nivel nacional (posee hoy en día ediciones específicas para los 19 departamentos). Nació asociado a las líneas políticas del Partido Nacional (partido mayoritario de la coalición gobernante al momento de escribirse este informe) y a su dirigencia, con una línea editorial principalmente liberal en lo económico y conservadora en lo social.

La Diaria fue fundada en el 2006, como una iniciativa ciudadana en busca de construir un medio de comunicación independiente. El 80% de sus ingresos provienen de las suscripciones y ha logrado un sistema propio de distribución de ejemplares.

El diario El Observador solía estar entre los impresos más vendidos en Uruguay pero en abril de 2020 cesó su edición papel de lunes a viernes y se mantuvo exclusivamente **online**. Según los últimos datos, El País tenía unas 24.171 suscripciones digitales a mediados de 2020 y estaba “9° en el ranking de acceso a páginas web en Uruguay, sólo superado por BROU [el banco estatal] y grandes plataformas de Internet como Google, YouTube o Facebook, según SimilarWeb.”¹³

Según el último informe de medición de audiencias de **radio** disponible antes del monitoreo, realizado en 2019, los informativos matinales más escuchados en AM son los de las radios Sarandí, Carve y Montecarlo.¹⁴

En cuanto a la **TV**, consideramos las ediciones centrales de los informativos (horario vespertino) de los tres canales privados nacionales y un canal público municipal que se diferencia por ofrecer un contenido y enfoque más progresista, diverso y plural que los canales privados.

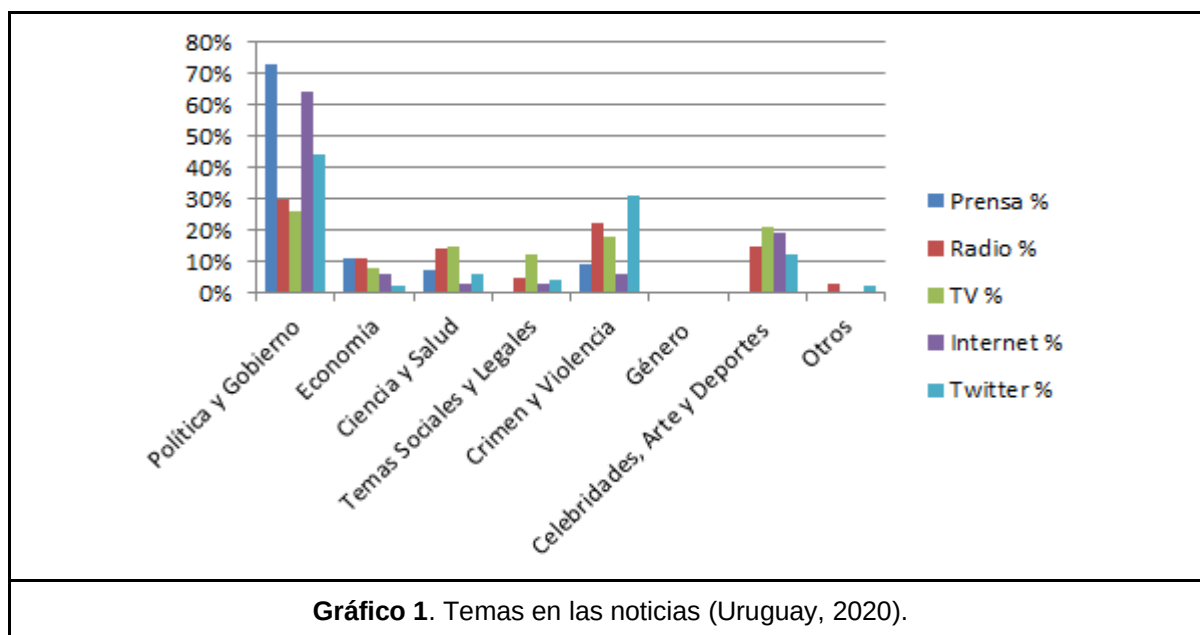
¹² Ver breve análisis de medios impresos en <https://twitter.com/gusgomezgermano/status/1300486154110857223?s=20>

¹³ Análisis de Gustavo Gómez disponible en <https://twitter.com/gusgomezgermano/status/1300486172762877953?s=20>

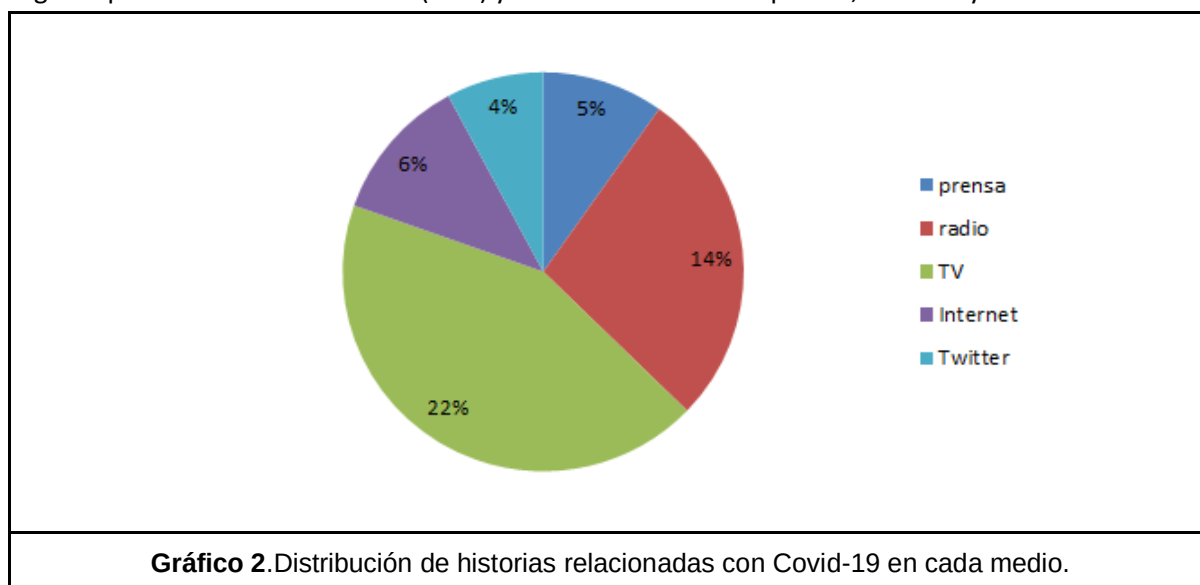
¹⁴ <https://www.pantallazo.com.uy/Pantallazo/Los-programas-mas-escuchados-en-la-radio-uruguay-a-segun-las-mediciones-uc731295>

TEMAS EN LAS NOTICIAS

La cobertura noticiosa de la fecha del monitoreo estuvo centrada en las elecciones departamentales y municipales, lo que quedó evidenciado en la notoria prevalencia de los temas sobre “Política y Gobierno” en todos los medios relevados. La diferencia es especialmente notoria en los medios escritos: así observamos que en Prensa este tema abarcó un 73% del total de noticias relevadas (barra azul), en Internet 64% y en Twitter 44%.

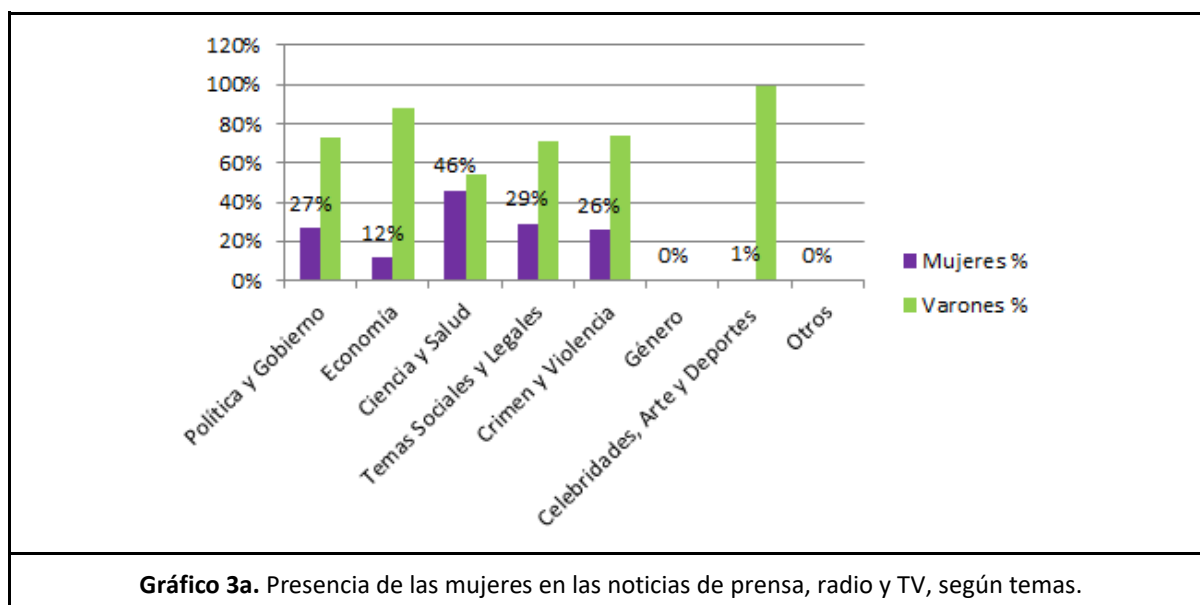


Las noticias sobre la pandemia de Covid-19 no fueron foco noticioso de la jornada de monitoreo y mantuvieron un lugar marginal en la cobertura. A nivel nacional, no se habían disparado los contagios y se cubrían noticias de otras regiones más afectadas sobre el tema. El Gráfico 2 evidencia que de las noticias sobre Covid-19 que se relevaron, la mayoría aparecieron en los noticieros de televisión (22%), seguido por los noticieros radiales (14%) y en menor medida en prensa, internet y Twitter.



SUJETOS Y FUENTES DE NOTICIAS

La presencia de las mujeres como sujetos y fuentes en las noticias analizadas es notoriamente inferior en todos los medios y temas de cobertura monitoreados, como se ve en los gráficos 3a y 3b. En prensa, radio y TV, alcanzan su mayor representatividad en temas de “Ciencia y Salud”, con un 46%, en comparación con los varones que son el 54%. En todos los demás temas, la brecha entre varones y mujeres supera el 40%.



En Internet y Twitter se mantienen ambas tendencias -predominancia de varones sobre mujeres en todos los temas, a excepción de “Ciencia y salud”. En este tema se registraron sólo dos noticias, ambas con presencia femenina. En el Gráfico 3b, se destaca el máximo porcentaje en este tema (100%), aunque se trata de un número de casos poco significativo sobre el total (n=2015).

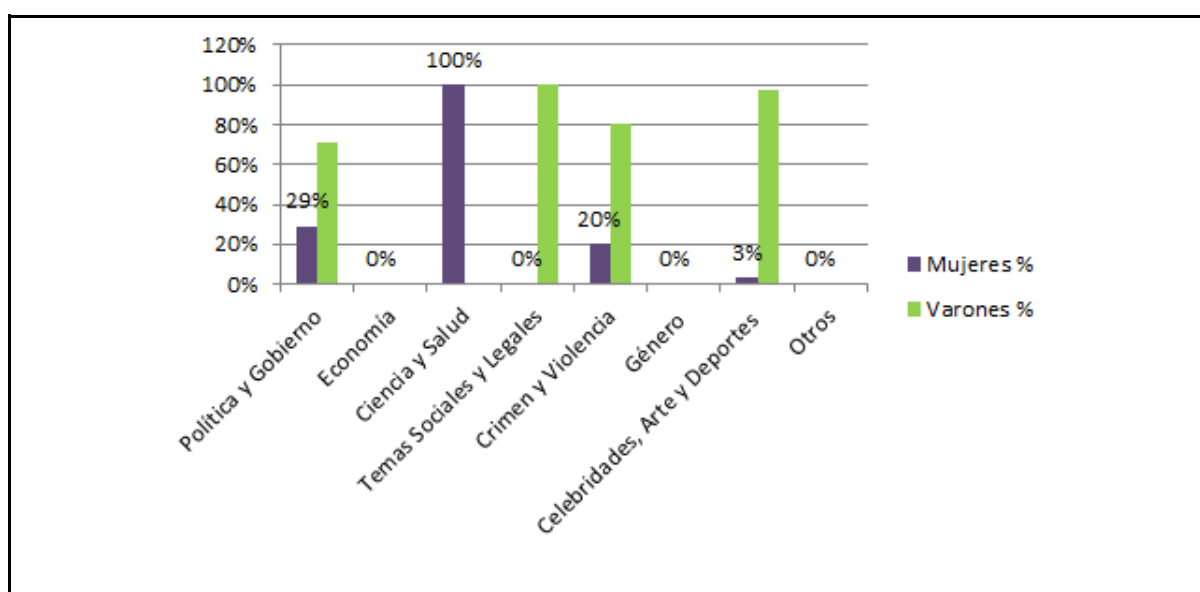


Gráfico 3b. Presencia de las mujeres en las noticias de internet y Twitter, según temas.

Al desglosar los datos según el rol de las mujeres en las noticias, se evidencia que las fuentes informativas en todos los medios son predominantemente masculinas: el porcentaje de varones que facilitan información a los medios prácticamente triplican el porcentaje de mujeres (gráfico 4). Como se ve en el gráfico 5b, la predominancia de fuentes noticiosas masculinas ocurre tanto si es consultada por un periodista varón como por una mujer.

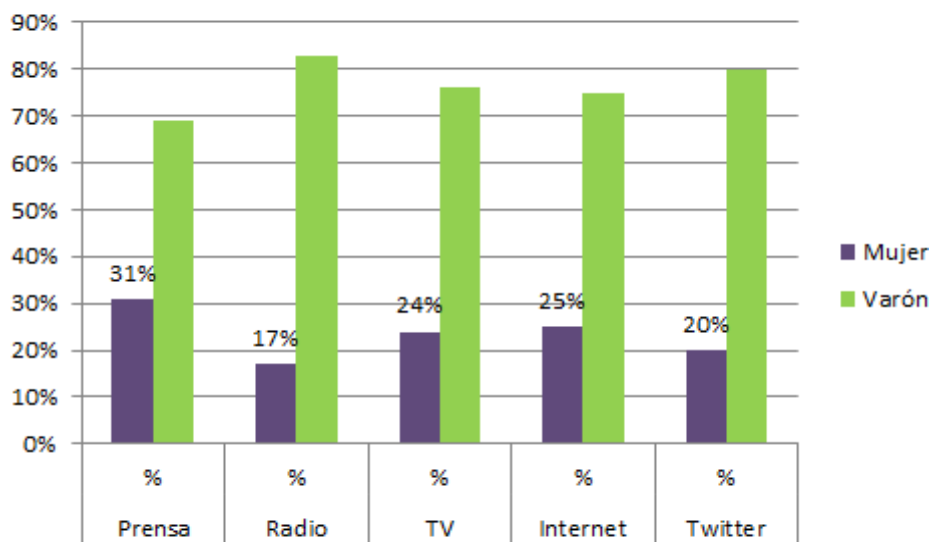
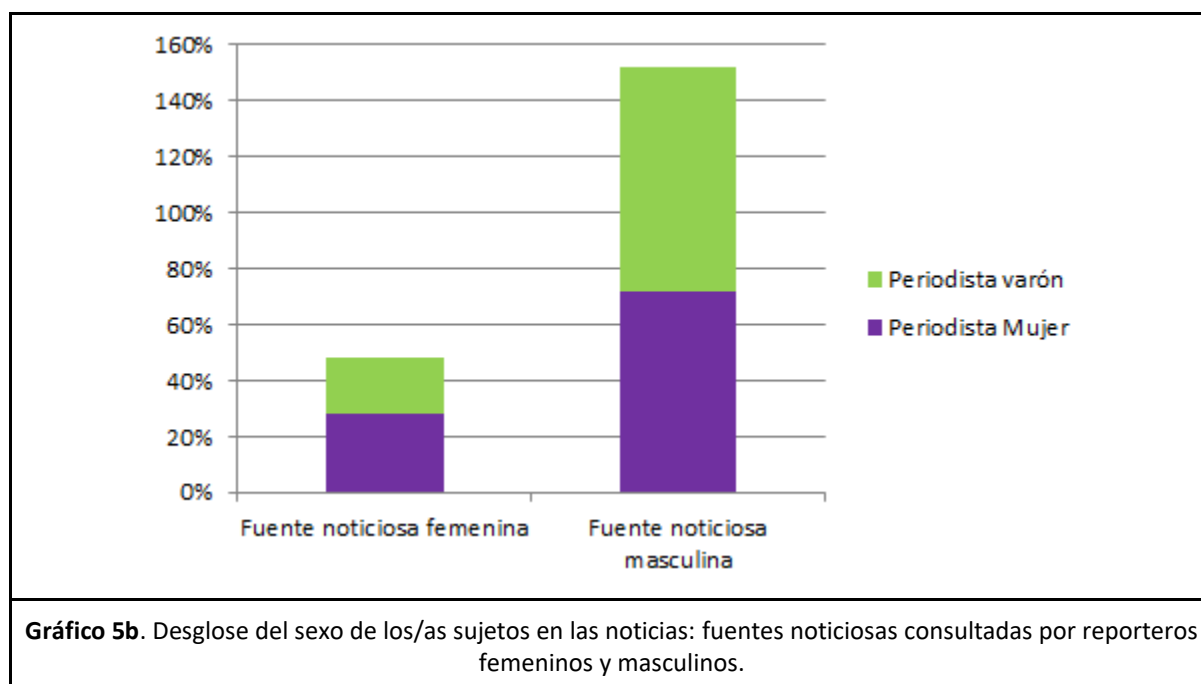
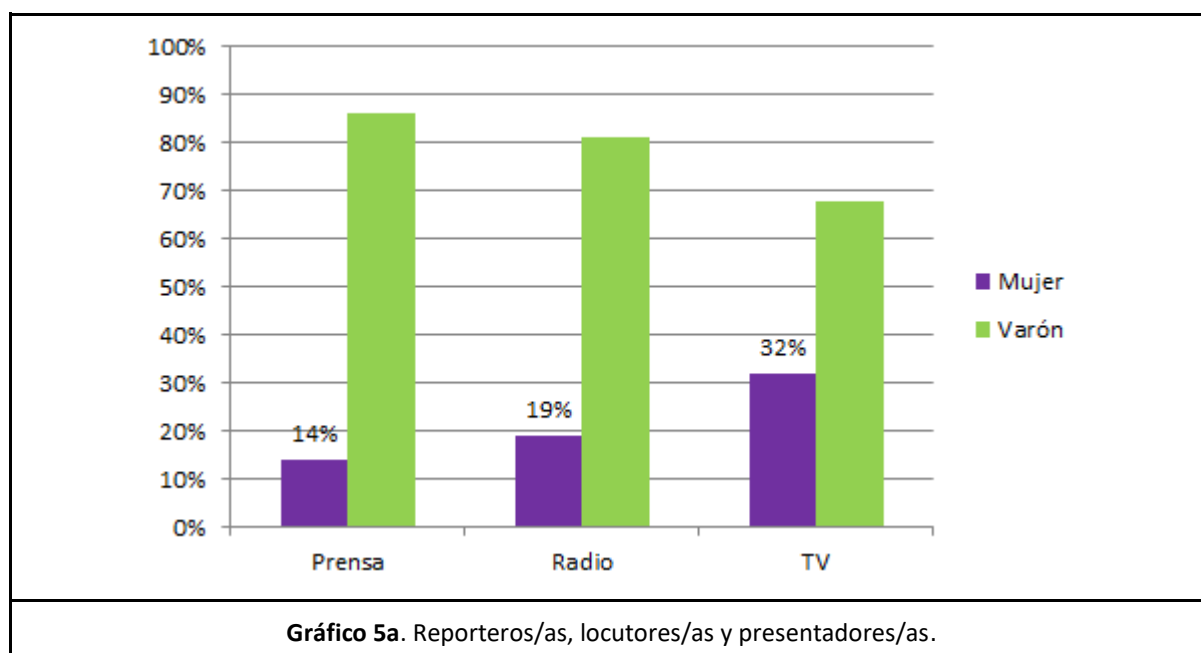


Gráfico 4. Mujeres en las noticias: sexo de las fuentes según medio.

PERIODISTAS

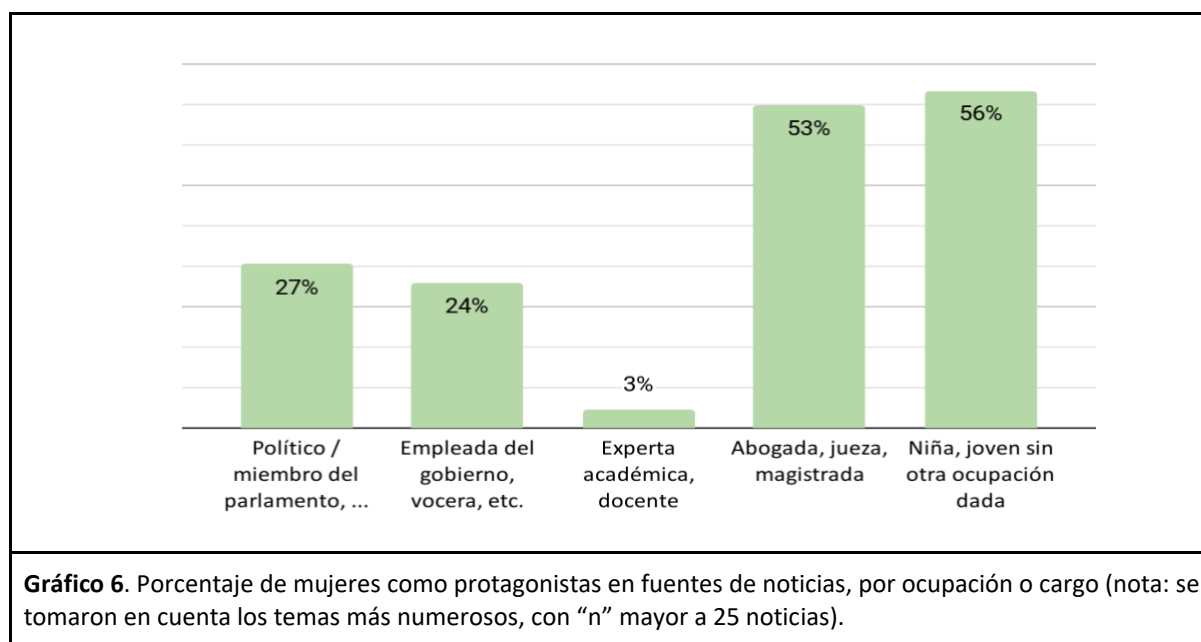
En cuanto a la distribución de profesionales de la comunicación en los medios, también se constata una amplia presencia de varones como reporteros, locutores y presentadores, en comparación con las mujeres, como se ve en este gráfico abajo. En TV, donde la brecha parece menor, hay 32% de presentadoras frente a un casi 70% de varones.



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

El porcentaje de mujeres protagonistas en las noticias en altas ocupaciones de alta especialización, es muy bajo, donde sólo el 3% de estas noticias refieren a mujeres.

En las noticias es alto el porcentaje de protagonistas niñas, dado que la semana anterior al relevamiento había ocurrido un caso de violencia donde una niña fue asesinada. En segundo lugar figuran las menciones a mujeres en roles de abogadas o juezas.



En cuanto a profesionales de los medios que se desempeñan como presentadores/as de noticias, no hay presencia de las mujeres como periodistas en radio. En televisión es donde se observan más representadas, seguida por Twitter pero con mucha menor presencia en comparación con los varones. abogadas o juezas.

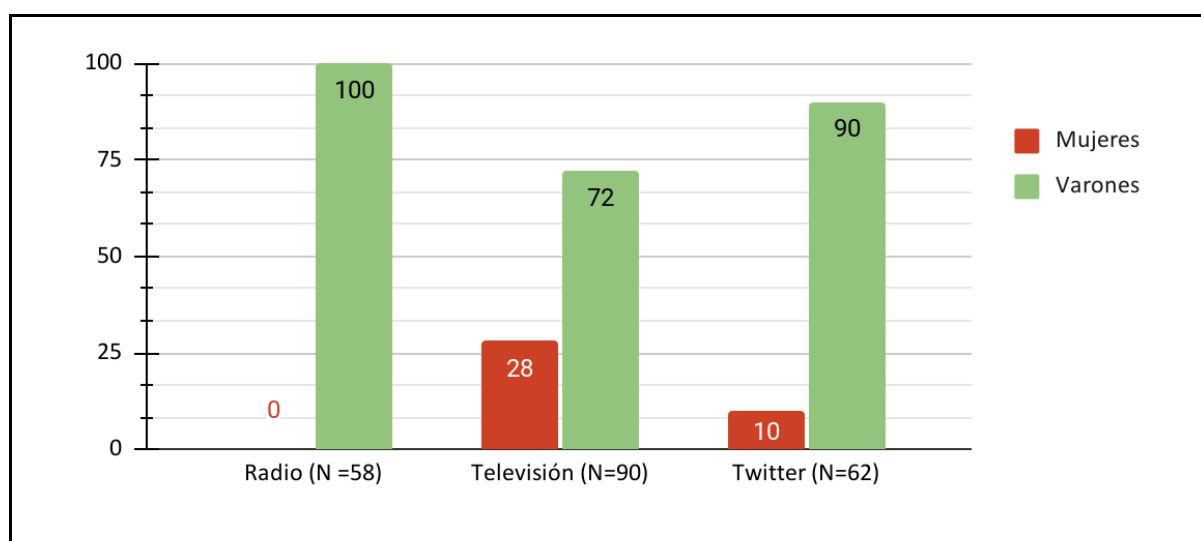
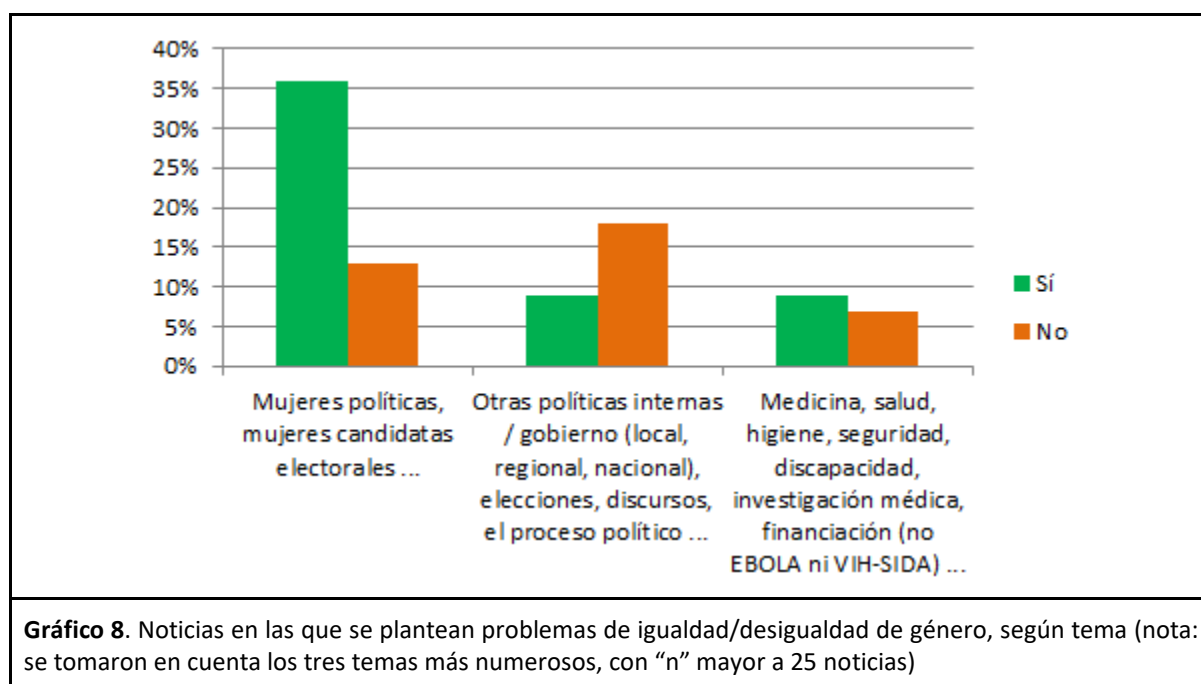


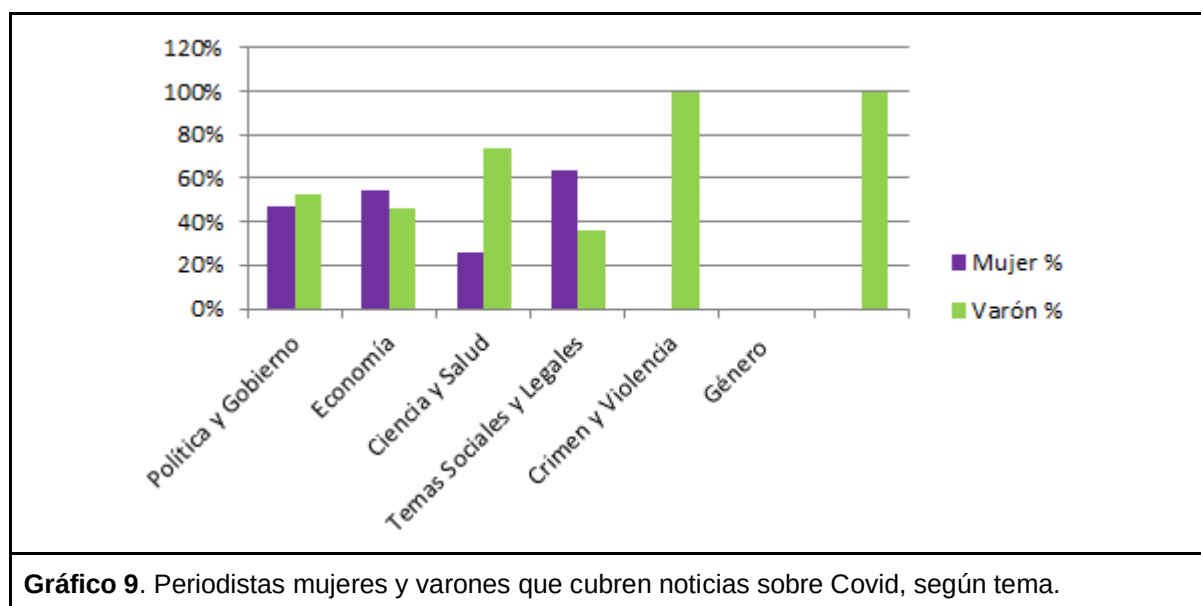
Gráfico 7. Porcentaje de presentadores/as de noticias por sexo según medio (nota: se tomaron en cuenta los tres temas más numerosos, con “n” mayor a 25 noticias).

La presencia de mujeres en temas relativos a problemas de igualdad o desigualdades de género, muestra una alta participación de las mujeres como candidatas electorales, producto de la ya mencionada incidencia de las elecciones departamentales en el fin de semana inmediato anterior al monitoreo.

En otro orden, aparecen mencionados temas de igualdad o desigualdades de género, en áreas de salud y medicina, no asociado a COVID.



ENFOQUE EN LAS NOTICIAS DE COVID-19



RESUMEN Y CONCLUSIONES

En Uruguay, la cobertura noticiosa de la fecha del GMMP 2020 (29 de setiembre) estuvo centrada en las elecciones departamentales y municipales. Ello implicó que un alto porcentaje de las noticias relevadas ese día se encuentran en la categoría “Política y Gobierno”, en todos los medios relevados.

En cuanto a las noticias sobre la pandemia de Covid-19, a diferencia de otros países y regiones del mundo, en Uruguay no fueron foco noticioso durante la jornada y mantuvieron un lugar marginal en la cobertura. Ello se debe a que en setiembre 2020 aún no se habían disparado los contagios y a que el gobierno uruguayo decidió no adoptar medidas restrictivas ni obligatorias ni muy drásticas para la movilidad de bienes, personas y servicios (a excepción del cierre de centros educativos y culturales).

La información contextual del país, sin embargo, no ha tenido impacto (ni positivo ni negativo) en la constatación, un año más, de que los mayores hallazgos del monitoreo están lamentablemente en las grandes ausencias de mujeres tanto en sus roles periodísticos, así como sujetos y fuentes en las noticias analizadas: su presencia es notoriamente inferior en todos los medios y temas de cobertura monitoreados.

Al desglosar los datos según el rol de las mujeres en las noticias, se evidencia que las fuentes informativas en todos los medios son predominantemente masculinas y superan ampliamente la cantidad de mujeres consultadas como fuentes de las noticias. Tanto es así, que el porcentaje de varones que facilitan información a los medios prácticamente triplica el porcentaje de mujeres. Esta predominancia de fuentes masculinas ocurre tanto en los casos en que las fuentes son consultadas por un periodista varón como por una mujer periodista.

En cuanto a la distribución de profesionales de la comunicación en los medios, también se constata una presencia mayoritaria de varones como reporteros, locutores y presentadores, y en menor medida de mujeres. En TV, donde la brecha parece menor, hay 32% de presentadoras frente a un casi 70% de varones.

Las historias con mujeres como foco central por tema principal es igual a 0%, es decir que no hay mujeres protagonistas de las noticias ese día. A las analistas que participamos del monitoreo nos llamó la atención porque en la campaña electoral por el gobierno municipal en la capital, Montevideo, las dos candidatas favoritas fueron mujeres, por lo que podría esperarse que alguna de las noticias del día estuviera dedicada a ellas, pero no fue así. Igualmente, esta presencia política femenina en las elecciones departamentales capitalinas incidieron leve pero positivamente en las “historias en las que se plantean problemas de igualdad / desigualdad de género”. Si bien son prácticamente inexistentes en la gran mayoría de temas noticiosos, vale la pena mencionar que entre los poquísimos temas se destaca el de

“Mujeres políticas, mujeres candidatas electorales...”, con un 38%.

En general, durante el monitoreo no se identificaron noticias que desafían estereotipos de género. Incluso entre las noticias sobre Covid-19, no se identificaron noticias relacionadas a desigualdades ni estereotipos de género, a pesar que varias organizaciones y estudios de referencia han destacado el impacto negativo que la pandemia ha tenido sobre poblaciones históricamente posicionadas en situaciones de vulnerabilidad, incluyendo mujeres, disidencias, infancias y adolescencias. La prensa del día no se ha hecho eco de las consecuencias de la pandemia en la crisis de cuidados, ni en la economía informal, ni en la regresión de derechos laborales, económicos, sexuales y reproductivos, entre otros, desde una perspectiva de género.

RECOMENDACIONES Y PLAN DE ACCIÓN 2021-2025

A 25 años de la Plataforma de Acción de Beijing y las medidas del Punto J para combatir las desigualdades de género en los medios de comunicación, el ejercicio quinquenal del GMMP evidencia que continúan habiendo importantes obstáculos y deficiencias, tanto en la participación de mujeres en la creación y difusión de noticias, como en la inclusión de la perspectiva de género que evidencie la división sexual del trabajo, las violencias y desigualdades de al menos la mitad de la humanidad.

Se hace necesario revisar los mecanismos de acceso y ascenso laboral en los medios de comunicación, así como las prácticas profesionales que inciden en la producción, redacción y difusión de contenidos.

Gracias a las movilizaciones históricas de los movimientos feministas y de mujeres, hoy existe una mayor sensibilidad social hacia las desigualdades de género, incluso entre las mismas profesionales de los medios que con gran esfuerzo han impulsado importantes cambios a la interna de sus espacios laborales. Sin embargo, las mujeres continúan ocupando lugares escasos y poco relevantes en la cobertura mediática: muchas siguen siendo victimizadas y/o hipersexualizadas, mientras que muy pocas son consultadas como expertas o referentes en temas clave. Es necesario repensar los ecosistemas mediáticos en clave feminista para que la comunicación en los medios masivos y digitales reflejen la pluralidad de voces y miradas en la sociedades, fortaleciendo principios democráticos básicos. Se recomienda fortalecer espacios de sensibilización y educación en género tanto de quienes trabajan en los medios como de las audiencias, para que éstas puedan hacer lecturas críticas de las noticias y exigir coberturas periodísticas de mayor calidad y pluralidad. Asimismo, es hora de implementar acciones afirmativas para revertir la segregación laboral horizontal y vertical en los medios: que más mujeres y disidencias accedan a ocupar espacios de poder y toma de decisiones, y así aumentar la probabilidad de que las prácticas profesionales - desde la definición de las agendas noticiosas, los encuadres comunicativos y sus posibles marcos de interpretación, entre otros- tengan perspectivas más diversas y menos patriarcales.

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 monitoras y monitores

Aimara Curuchaga
Cecilia Gordano
Elena Fonseca
Francesca Cassariego
Gimena Ouviaña
Jenny Segovia
Mariana Campanella
Mercedes Altuna
Silvina Font
Yelitza Pernia



WACC
308 Main Street
Toronto
ON M4C 4X7
Canada

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

COTIDIANO MUJER
San José 1436
Montevideo
Uruguay
Tel. +598 29018782
secretaria@cotidianomujer.org.uy
www.cotidianomujer.org.uy