



**GMMP+30**

## **INFORME NACIONAL: URUGUAY**



**GMMP+30**

Proyecto de  
Monitoreo Mundial  
de Medios

**2025**

GMMP 2025 aparece bajo licencia de creative commons utilizando una Attribution-NonCommercial-NoDerivs. El GMMP 2025 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 2025 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 de comunicación, asociaciones de periodistas, redes de medios de comunicación alternativos y grupos religiosos.

Sin fines comerciales. No se permite el uso de esta obra con fines comerciales.

Sin obras derivadas. No se permite alterar, transformar o desarrollar esta obra.

Para cualquier uso o distribución, se deben dejar claras a los demás las condiciones de la licencia de esta obra. El uso legítimo y otros derechos no se ven afectados en modo alguno por lo anterior.



**creative commons**



**Observatorio  
de Medios**  
URUGUAY



Facultad de  
**Información y  
Comunicación**



UNIVERSIDAD  
DE LA REPÚBLICA  
URUGUAY

**Cotidiano**  
**MUJER**

*Con el apoyo de*



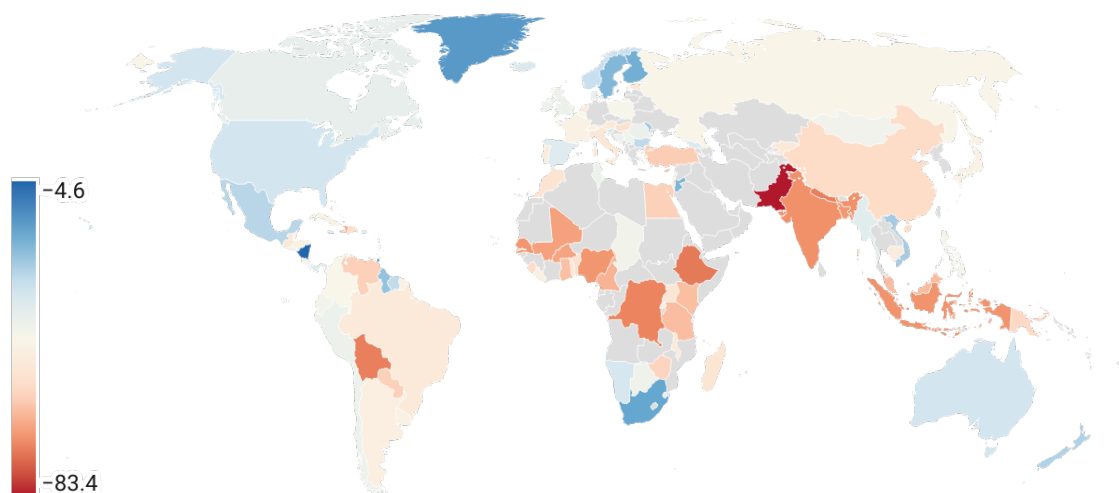
## Reconocimientos

Agradecemos a todas las personas que colaboraron para la realización del monitoreo en Uruguay por su trabajo de documentación y análisis de noticias para esta instancia del GMMP.

## Tabla de Contenidos

|                                                                                                                                         |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <i>Reconocimientos</i> .....                                                                                                            | 3  |
| PREFACIO .....                                                                                                                          | 5  |
| RESUMEN EJECUTIVO.....                                                                                                                  | 15 |
| UN DÍA EN LAS NOTICIAS EN URUGUAY .....                                                                                                 | 15 |
| EL CONTEXTO .....                                                                                                                       | 16 |
| TEMAS EN LAS NOTICIAS .....                                                                                                             | 18 |
| SUJETOS Y FUENTES DE NOTICIAS .....                                                                                                     | 19 |
| PERIODISTAS .....                                                                                                                       | 22 |
| PRÁCTICA PERIODÍSTICA: SOBRE LA CENTRALIDAD DE LAS MUJERES, LOS ESTEREOTIPOS DE<br>GÉNERO Y LA INFORMACIÓN BASADA EN LOS DERECHOS ..... | 33 |
| ENFOQUE EN LA VIOLENCIA DE GÉNERO .....                                                                                                 | 34 |
| RESUMEN Y CONCLUSIONES .....                                                                                                            | 35 |
| RECOMENDACIONES Y PLAN DE ACCIÓN 2025-2030 .....                                                                                        | 36 |
| Anexo 1. Metodología .....                                                                                                              | 36 |
| Anexo 2. Lista de monitoras y monitores .....                                                                                           | 38 |
| Redacción del informe .....                                                                                                             | 38 |

# Índice de Igualdad de Género en los Medios de Comunicación (GEM-I) 2025



1. El GEM-I calcula la brecha promedio de género en las noticias basado en 6 indicadores del GMMP. +100 significa que todas las personas en las noticias (sujetos, fuentes y reporteros) son mujeres. -100 indica que todas las personas en las noticias son hombres. 0 indica igualdad de género. 2. El mapa se basa en los últimos valores GEM-I de cada país. Se aplican los valores GMMP 2020 para aquellos que no participaron en la edición de 2025. 3. Consulte el informe para detalles sobre el cálculo.

Source: Proyecto Mundial de Monitoreo de Medios • Created with Datawrapper

## PREFACIO

La Declaración y Plataforma de Acción de Beijing parte de la premisa de que «el empoderamiento de las mujeres y su plena participación en condiciones de igualdad en todas las esferas de la sociedad, incluida la participación en el proceso de toma de decisiones y el acceso al poder, son fundamentales para el logro de la igualdad, el desarrollo y la paz» (Naciones Unidas, 1995). Concretamente, la Declaración, en su sección «J», estableció los siguientes objetivos relacionados con las mujeres y los medios de comunicación: Objetivo estratégico J1. «Aumentar la participación y el acceso de las mujeres a la expresión y la toma de decisiones en y a través de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de la comunicación. Objetivo estratégico J2. Promover una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer en los medios de comunicación» (Naciones Unidas, 1995).

El primer monitoreo mundial surgió de la necesidad de obtener evidencia empírica sobre el lugar, el papel y la participación de las mujeres en las noticias<sup>1</sup>. Posteriormente, la Plataforma de Acción de Beijing consagró la supervisión de los medios de comunicación como una estrategia para alcanzar el objetivo estratégico J1. Se alentó a las organizaciones no gubernamentales y a las asociaciones profesionales de medios de comunicación a crear «grupos de vigilancia de los medios de comunicación que puedan supervisar y consultar con los medios de comunicación para garantizar que se reflejen adecuadamente las necesidades y preocupaciones de las mujeres» (párrafo 242a).

El GMMP se convirtió en la iniciativa de investigación y promoción de la igualdad de género más grande y de mayor trayectoria en y a través de los medios de comunicación. Desde 1995,

<sup>1</sup> Lea más sobre la Declaración de Bangkok en el texto completo que emanó de la conferencia "Mujeres Empoderando La Comunicación" en el cual la idea del GMMP nació: <https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/who-makes-the-news/Imported/documents/bangkok%20dec%20sp.pdf>

cada cinco años, el GMMP realiza una fotografía de las dimensiones clave de la igualdad de género en las noticias. A lo largo de treinta años, el GMMP ha recopilado datos de más de 160 países, con al menos una observación para cada variable y país.

El panorama mediático mundial ha cambiado profundamente, pero el lugar que ocupan las mujeres en él no ha variado. La evolución de la presencia de las mujeres en el sector de noticias a lo largo de este periodo no ha sido tan drástica. El GMMP revela que, en muchos sentidos, el statu quo caracterizado por una grave subrepresentación de mujeres y una visión distorsionada de sus roles en la sociedad persiste en los contenidos de noticias.

### Resultados globales. Aspectos destacados

Los resultados globales se basan en 29 935 artículos periodísticos que mencionan a 58 321 personas y 26 560 profesionales de la noticia en 94 países durante la séptima jornada mundial de monitoreo, celebrada el 6 de mayo de 2025.

- 1. Hace treinta años, el informe del primer GMMP pedía un cambio en la cobertura más allá de los ámbitos del poder político y económico, dominados por los hombres. La jerarquía de las «noticias serias» en los medios tradicionales no solo ha persistido a lo largo del tiempo, sino que también se ha trasladado a los medios digitales.**

La digitalización no supuso una ruptura radical con las normas patriarcales del periodismo tradicional. Por el contrario, sigue reforzando y amplificando una jerarquía informativa que privilegia los ámbitos y los temas centrados en el poder, es decir, aquellos dominados por los hombres. El reto es triple. En primer lugar, dismantelar el sesgo de las «noticias duras»; en segundo lugar, integrar de forma más intencionada los espacios y los temas de mayor preocupación para las mujeres y, en tercer lugar, permitir la visibilidad y la voz de las mujeres presentes en espacios tradicionalmente dominados por los hombres.

- 2. Tras un periodo de mejora lenta pero constante, el progreso hacia la paridad de género en las noticias se ha estancado desde aproximadamente 2010, sin alcanzar el 50 % en ningún tipo de medio de comunicación.**

Treinta años después de Pekín, las mujeres representan el 26% de las personas que aparecen, se escuchan o se mencionan en las noticias tradicionales (el 29% en los sitios web de noticias). La aguja se ha desplazado 9 puntos en los medios tradicionales desde 1995 y 4 puntos en las noticias en línea durante los últimos 10 años.

Los grupos minoritarios tienen cinco puntos más de probabilidades de aparecer en las noticias digitales que en los medios tradicionales. La probabilidad de que las mujeres pertenecientes a minorías aparezcan en las noticias como protagonistas principales o como entrevistadas es de dos entre cien en los medios tradicionales (3% para los hombres) y del 4% en los sitios web de noticias (5% para los hombres).

- 3. La visibilidad de las mujeres en las noticias políticas y económicas ha aumentado significativamente —en 15 puntos para cada tema— durante las últimas tres décadas.**

La grave infrarrepresentación observada en 1995 (7% en las noticias políticas, 10% en las económicas) ha mejorado. La presencia de las mujeres en las noticias deportivas es pésima, ya que solo representan el 15% de los sujetos y de las fuentes.

**4. La proporción de mujeres que prestan testimonio como expertas ha crecido notablemente a lo largo de las últimas décadas, registrando el mayor aumento (+7 puntos) en las noticias digitales desde 2015.**

En los medios tradicionales, la brecha de género en los puestos de autoridad como expertos y portavoces se ha reducido a un ritmo más lento que en el caso de las personas que aportan testimonios basados en la opinión popular y la experiencia personal, roles comunes que no requieren conocimientos especializados.

**5. Los patrones de representación sesgada por género persisten a pesar de décadas de cambios en los roles de las mujeres en el mundo real.**

Desde 2010, las mujeres siguen siendo aproximadamente dos veces más propensas que los hombres a ser retratadas como víctimas. Históricamente, las mujeres solían ser retratadas como víctimas de accidentes o pobreza. Este patrón se invirtió en 2025, cuando «otros delitos» y «violencia doméstica» (por parte de parejas íntimas y familiares) se convirtieron en las principales categorías de víctimas.

Las mujeres retratadas como supervivientes en los medios de comunicación tradicionales eran más propensas a haber sobrevivido a «accidentes, desastres naturales, pobreza y enfermedades» en estudios anteriores del GMMP. En 2025, se las retrata con mayor frecuencia como supervivientes de violencia doméstica en la misma proporción que las supervivientes de accidentes o desastres.

La sobrerrepresentación de las mujeres como amas de casa/madres disminuyó del 81% en 2000 al 73% en 2025, lo que indica un progreso, aunque persiste el sesgo periodístico de definir a las mujeres por sus roles domésticos, a pesar de la participación sin precedentes de las mujeres en el trabajo fuera del hogar. La infrarrepresentación en las profesiones y en los puestos de poder se ha mantenido constante.

También ha persistido la tendencia a describir a las mujeres por su edad y sus atributos físicos. Han sido fotografiadas con más frecuencia que los hombres (una diferencia de 7 a 9 puntos) durante las últimas dos décadas, y los análisis cualitativos siguen mostrando patrones de representación sexualizada.

**6. La desigualdad de género en las noticias es mucho más grave que en la experiencia cotidiana.**

La igualdad de género en las noticias, medida por el Índice GEM, está moderadamente correlacionada con los índices de género en otros sectores de desarrollo, como el Índice de Normas Sociales de Género. Entre el 65% y el 75% de la desigualdad de género en los medios de comunicación no puede explicarse por la realidad, lo que indica la presencia de otros factores de confusión que se combinan para producir las narrativas predominantes de género en las noticias.

**7. La proporción de mujeres que participan como reporteras en las noticias publicadas en los periódicos y difundidas por televisión y radio ha aumentado y se ha estancado en oleadas desde 1995.**

A nivel mundial, la proporción de mujeres como reporteras en los medios tradicionales aumentó 6 puntos entre 2000 y 2005, se estancó en el 37% durante 10 años hasta 2015,

volvió a aumentar 3 puntos entre 2015 y 2020<sup>2</sup>, y solo ha ganado dos puntos en los últimos cinco años. Las regiones se acercan y fracasan sistemáticamente en su intento de alcanzar la paridad, excepto el Pacífico y el Caribe, que se encuentran exactamente en la igualdad, y América del Norte, que se queda solo un punto por debajo. Los resultados sugieren que la mayoría de los sistemas de noticias están dispuestos a absorber una cierta proporción de mano de obra femenina en el papel de reportera, pero no a ceder a la plena igualdad numérica de género.

En los medios de comunicación tradicionales, la brecha de género en la información política se ha reducido más rápidamente (+13 puntos en 25 años), salvo en la sección de deportes, pero sigue siendo el tema menos cubierto por las mujeres. Por primera vez en 25 años, las mujeres constituyen ahora la mayoría (52%) de los reporteros de ciencia y salud. El nuevo seguimiento de las noticias deportivas revela una proporción muy baja de reporteras (17%). La proporción de mujeres como reporteras en noticias nacionales e internacionales ha experimentado un crecimiento significativo a largo plazo (+18 y +16 puntos, respectivamente).

#### **8. El sexo del periodista puede influir en la perspectiva de género de las historias.**

Históricamente, se ha observado que la perspectiva de género es más marcada en los artículos escritos por mujeres periodistas. A lo largo de tres décadas, ha existido una diferencia constante de entre 5 y 6 puntos en la selección de fuentes, ya que las mujeres periodistas recurren a más fuentes femeninas que sus colegas masculinos. Esta diferencia es aún mayor (9 puntos) en las noticias digitales. La diferencia entre periodistas mujeres y hombres en cuanto a la perspectiva de género es mayor en el indicador relativo a la centralidad de las mujeres en las noticias. La diferencia es de solo 1-2 puntos en otros indicadores que miden la calidad de las noticias desde una perspectiva de género, pero su existencia es un hallazgo importante.

#### **9. La violencia de género es un tema que no se suele tratar en las noticias. Sin embargo, cuando aparece en los medios, la perspectiva de género en los reportajes es más clara que en las historias sobre otros temas.**

Menos del 2% de las noticias tratan sobre la violencia de género. Este bajo porcentaje contrasta con la gravedad de la violencia de género, que afecta a una de cada tres mujeres y niñas en todo el mundo.

Las noticias sobre violencia de género elaboradas por mujeres periodistas tienden a plantear cuestiones de (des)igualdad de género con más frecuencia que las elaboradas por hombres.

Aunque la perspectiva de género es más marcada en las noticias sobre violencia de género que en otros temas importantes, sigue habiendo un enorme margen de mejora si los medios de comunicación quieren participar en la creación de una sociedad en la que la violencia de género se considere una conducta desviada, delictiva y una violación de los derechos humanos fundamentales.

#### **10. La mayor parte de las noticias siguen siendo deficientes en cuanto a las dimensiones de calidad del GMMP desde una perspectiva de género.**

---

<sup>2</sup> Cada año capta un día por lo que la muestra por soporte es pequeña lo que debe ser tomado en cuenta en la lectura.



La proporción de noticias que cuestionan claramente los estereotipos de género aumentó del 3% (2005) al 6% (2010), pero disminuyó y se ha mantenido estancada en un 3-4% desde 2015. Esto indica un afianzamiento de los estereotipos en la información y un fracaso periodístico constante a la hora de producir contenidos que rompan con las narrativas estereotipadas.

Las comparaciones regionales muestran variaciones significativas. Las noticias de América del Norte son excepcionales, ya que cuestionan claramente los estereotipos de género en el 19% de las noticias, en marcado contraste con las noticias de Oriente Medio, donde solo el 1% revoca las narrativas simplistas sobre los roles, atributos y capacidades de las personas en función del género.

Los estereotipos de género son más frecuentes en las noticias sobre política y economía, dos ámbitos en los que los hombres son los que ostentan la mayor parte del poder. Con el tiempo, el desafío a los estereotipos sigue limitándose en gran medida a temas en los que es más seguro cuestionar el *statu quo* de las relaciones de poder sesgadas entre géneros. Se trata de noticias sobre famosos, arte, medios de comunicación y temas sociales y legales. Las noticias sobre violencia de género desafían los estereotipos de género más que cualquier otra noticia, con un 17%. Aunque es loable, este nivel es insuficiente para transformar las normas perjudiciales que perpetúan dicha violencia.

La probabilidad de que las noticias citen marcos de derechos humanos o igualdad de género ha fluctuado modestamente, oscilando entre el 7% y el 11% durante los 15 años que se ha medido este indicador. La perspectiva de derechos humanos está ausente en aproximadamente 9 de cada 10 noticias.

Las noticias en línea son menos propensas a integrar una perspectiva de derechos humanos que las publicadas en los medios tradicionales, pero la probabilidad de que las mujeres sean las protagonistas centrales de una noticia es mayor en las noticias digitales (15%, frente al 10% en las noticias tradicionales).

En todos los temas de las noticias, excepto en las relacionadas con la violencia de género, el sexo del reportero influye ligeramente en la integración de una perspectiva de género. El 3% de las noticias escritas por mujeres desafían claramente los estereotipos de género, en comparación con el 2% de las escritas por hombres. El 12% de las noticias escritas por mujeres destacan cuestiones de (des)igualdad de género, en comparación con el 10% de las escritas por hombres. El 8% de los artículos escritos por mujeres adoptan un enfoque de derechos humanos, en comparación con el 7% de los escritos por hombres. En el caso de las noticias sobre violencia de género, por ejemplo, las reporteras son más de 10 puntos más propensas a llamar la atención sobre la desigualdad de género que los hombres.

**El mensaje del GMMP en 2025, treinta años después de Beijing, es que la industria global de la información se encuentra en una encrucijada en su avance hacia la igualdad de género.**

El ritmo casi estancado del cambio en los últimos 15 años apunta a la necesidad de un cambio radical en las estrategias de todos los actores del ecosistema informativo para romper la inercia. En las condiciones actuales y con las herramientas disponibles, es poco probable que se produzca un cambio notable hacia la igualdad de género.

Los efectos negativos de la digitalización en la industria de la información y en las relaciones de género en Internet en su conjunto sin duda complicarán la tarea de garantizar los derechos de las mujeres en y a través de las noticias digitales.

## **Contexto regional**

América Latina es la región más desigual del mundo donde las violaciones a los derechos humanos son parte de la realidad social, económica y política que afecta la producción de noticias y los medios de comunicación.

En 2025, los países de la región firmaron el Compromiso de Tlatelolco, que establece una década de acción 2025-2035 en América Latina y el Caribe para acelerar el logro de la igualdad sustantiva de género y la sociedad del cuidado mediante transformaciones políticas, económicas, sociales, culturales y ambientales. El Consenso de Tlatelolco reconoce “el agravamiento de la situación económica, social y ambiental como consecuencia de las crisis múltiples e interrelacionadas a nivel internacional, incluida la crisis de los cuidados, los conflictos armados, las emergencias humanitarias, los crecientes efectos del cambio climático mundial, la pérdida de la biodiversidad, la desertificación, el elevado nivel de endeudamiento público que presentan numerosos países de la región y la persistencia de las desigualdades, que afectan desproporcionadamente a las mujeres, adolescentes y niñas, en especial a las que enfrentan formas múltiples e interseccionales de discriminación.”

Las condiciones políticas de la región también afectan la producción de noticias donde a pesar de la elección de mujeres presidentas en México y Honduras ha habido una avanzada de políticas conservadoras y anti derechos así como de gobiernos autoritarios que ponen en riesgo a quienes defienden los derechos humanos, entre ellos la libertad de expresión. La Relatoría para la Libertad de Expresión (RELE) de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (informe anual 2024), expresa preocupación por la persistencia de elevados índices de violencia contra periodistas en la región. La violencia letal contra periodistas en 2024 cobró la vida de ocho en México, siete en Colombia, tres en Haití, dos en Honduras, uno en Ecuador y uno en Jamaica. Mientras que en otros países se ha dado una erosión del sistema democrático que no brinda garantías para el ejercicio de la libertad de expresión y otros derechos. La estigmatización de periodistas, la presión para reproducir la narrativa gubernamental y la censura han llevado al exilio e incluso el abandono de la profesión en algunos casos. Preocupa el aumento de la violencia digital, en particular agravada para las mujeres periodistas.

De acuerdo a Reporteros sin Fronteras (2025) “el periodismo en América se enfrenta a retos estructurales y económicos persistentes: concentración de los medios de comunicación, fragilidad de los servicios públicos de información y precariedad de las condiciones laborales. En los últimos años, el colapso de los modelos económicos tradicionales de los medios ha agravado la crisis. Mientras los ingresos publicitarios migran hacia las plataformas tecnológicas globales y los hábitos del público evolucionan, las redacciones reducen y la independencia editorial se debilita. En la Clasificación Mundial de la Libertad de Prensa 2025, 22 de los 28 países de la región registran descensos en su indicador económico”.

En este contexto de diversificación de fuentes de amenaza para los medios de la región, sucede el GMMP. Como se observará, la inhibición de la labor periodística, tiene consecuencias importantes en las coberturas periodísticas en las que los derechos humanos de las mujeres no son prioridad.

La séptima edición del GMMP en la región<sup>3</sup> presenta algunos retrocesos en la agenda mediática que preocupan. Tras el análisis de 4,782 noticias publicadas en 270 medios de comunicación (impresos, de radio, televisión e internet) con la presencia de 10, 940 fuentes de información y la participación de 6433 profesionales de los medios de comunicación en América Latina, se observó en comparación con monitoreos anteriores<sup>4</sup>:

- una baja en la presencia de las mujeres en las noticias.
- una disminución de las noticias que cuestionan los estereotipos de género o incremento de contenido que reproduce los estereotipos de género en un contexto regional de avances de ideas conservadoras a nivel político y social.
- un avance de mujeres como productoras de la noticia.

Estos resultados evidencian la desigualdad imperante en la agenda noticiosa y muestran áreas que requieren acciones para superar la brecha de género y el sesgo sexista con que se ejerce el derecho a la comunicación.

## **Contexto nacional sobre el país, género en los medios y comunicación**

Entre el 2020 y el 2025 se constataron en el país retrocesos en la agenda de Derechos Humanos (DDHH) entre los que cabe destacar: los intentos por revisar el terrorismo de estado en el período de la dictadura, el debilitamiento de las garantías de imparcialidad para la elección de la directiva de la Institución Nacional de Derechos Humanos y Defensoría del Pueblo, la eliminación de la Secretaria de las Mujeres Afro en el Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES), cambios en la Ley de Servicios de comunicación audiovisual y la instalación de un discurso antiderechos que promovió una ley denominada de "Tenencia Compartida" tendiente a flexibilizar las posibilidades de los padres acusados de violencia de género para mantener el contacto con sus hijos. La Dirección Nacional de Educación Secundaria derogó en 2022 la resolución de 2019 que habilitaba el uso del lenguaje inclusivo en el ámbito educativo. Asimismo, en este mismo período, que coincide con la administración del gobierno anterior, se dieron dos intentos de restricción del uso del lenguaje inclusivo en centros educativos; uno por parte de un legislador, en 2020, y otro por parte de una legisladora, en 2022.

La participación política de las mujeres en los espacios de representación continúa siendo limitada. El nuevo Parlamento de Uruguay que asumió a principios de 2025 tiene 29% de bancas ocupadas por mujeres. En total, 38 legisladoras fueron electas: 9 senadoras (de 31) y 29 diputadas (entre 99). En la legislatura actual, el 22,3% de la representación parlamentaria es femenina. Esto ubica a Uruguay en el puesto 96 del ranking de la [Unión Interparlamentaria \(IPU\)](#) (febrero 2024). En América Latina, van por delante México, Argentina, Chile y Costa Rica. Solo el 42% de los cargos de conducción en el Estado uruguayo son ocupados por mujeres, a pesar de ser mayoría en el sector público. En el Poder Ejecutivo representan un 33%. La participación de las mujeres en gobiernos departamentales y municipales ha aumentado, pero la representación en cargos ejecutivos como alcaldesas es baja, mientras que en concejales y juntas departamentales el porcentaje de mujeres ha crecido<sup>4</sup>.

---

<sup>3</sup> En esta instancia del GMMP, la región América Latina se integró por 17 países: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela.

<sup>4</sup> Ver informe regional de América Latina GMMP2025.

<sup>4</sup> Desde 2010 ha habido mujeres como intendentas. En 2010 fueron tres, en 2015, una, en 2020, dos, en 2025, nuevamente una única mujer, que fue reelecta.

En el período 2020-2025 la mayoría parlamentaria impulsó cambios a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual aprobada en el 2014. Las principales modificaciones del 2024 incluyen el aumento de los límites de licencias que un mismo titular puede acumular, la posibilidad de mayor inversión extranjera en el sector, y la eliminación de disposiciones de transparencia y organismos de control ciudadano. Los niveles de concentración en la propiedad de los medios resultan una amenaza contra la pluralidad democrática y la libertad de expresión.

El onceavo informe de monitoreo de amenazas y restricciones a la libertad de expresión en el ejercicio periodístico realizado por la organización CAINFO señala *“la aprobación de nuevas normas regresivas en materia de Derechos Humanos y Libertad de Expresión”* como una amenaza a la libertad de expresión (*11° Informe Periodismo y Libertad de expresión en Uruguay*)<sup>5</sup>.

En el 2025, asumió un nuevo gobierno del partido que promulgó la ley anterior (del 2014), pero no derogó las modificaciones del 2024 ni colocó en agenda la concentración de medios. Es decir, que más allá de qué orientación política tenga el partido de gobierno la política mantiene la tendencia a considerar a los medios como un ámbito privado y no a su función en la esfera pública. Existe una lógica empresarial de los medios, no se trata como un bien común. En julio del 2025, mediante un decreto de reglamentación de la Ley, se cambiaron algunos artículos que excedían la ley en cuanto a concentración, ya que permitía la coordinación técnica de varias emisoras para actuar conjuntamente, pero mediante la reglamentación no es posible restituir los artículos cambiados referente a participación ciudadana y protección de audiencias, por tanto se mantiene su eliminación.

El sector de Radios Comunitarias ofrecen un servicio de radiodifusión sin fines de lucro, participativo y pluralista que busca satisfacer necesidades de comunicación social y promover el derecho a la información y la libertad de expresión. Enfrentan sin embargo problemas de financiamiento para actualizarse tecnológicamente y garantizar su sostenibilidad. En el período 2020-2024, se les impuso la realización de una auditoría que fue contestada con sucesivas solicitudes de prórroga por parte de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC). Los avances normativos tendientes a visibilizar y proteger derechos básicos de las mujeres, en consonancia con la Plataforma de Acción fueron colocados en cuestión por parte de actores políticos y sociales antiderechos que sin embargo no lograron dismantelar el sistema de protección, pero debilitaron aún más su alcance y efectividad.

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 (VBG), derechos de las infancias, de personas trans, de salud sexual y reproductiva, entre otros.

El informe alternativo presentado en 2023 por las organizaciones de la sociedad civil coordinado por Cotidiano Mujer en la revisión del país en el Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer da cuenta de la situación de violencia de género en el país. "La violencia hacia las mujeres crece cotidianamente en el país, así lo confirman datos oficiales de la Encuesta Nacional sobre Violencia de Género y generaciones (2019) que muestran que el 76,7% de las mujeres de 15 años y más manifestaron ser víctimas de VBG en algún momento de su vida, representando 1,1 millón de mujeres, siendo más alta la cifra

---

<sup>5</sup> <https://cainfo.org.uy/sitio/wp-content/uploads/2025/05/11-INFORME.pdf>

que en años anteriores. El 47,0% declararon ser víctimas de VBG de su pareja o ex pareja. Se visibiliza que la violencia psicológica prevalece con un 44%. Estas cifras dan cuenta de la alta tolerancia del Estado a la VBG y del aumento de los femicidios por parte de parejas o ex parejas".

Las Directrices UNESCO toman el concepto **desinformación de género** como un "subtipo de violencia de género, [que] tiene algunas características particulares, ya que entraña el uso de relatos falsos o engañosos basados en el género y el sexo contra las mujeres, a menudo con cierto grado de coordinación, a fin de disuadir a las mujeres de participar en la esfera pública. La desinformación de género combina tres características definitorias de la desinformación en línea: la falsedad, la intención maliciosa y la coordinación" (UNESCO 2023).

Como ejemplo de esta violencia se puede señalar la centralidad adquirida por la difusión de un concepto centrado en que las mujeres realizan un alto porcentaje de denuncias falsas de violencia intrafamiliar con el objetivo de dañar la relación de los hombres con sus hijos. La Universidad CLAEH y Onumujeres presentaron en 2025 el informe sobre Denuncias Falsas de VBG en Uruguay entre 2021-2023. *"El estudio permite concluir, que las denuncias falsas por VBG son muy excepcionales y no revisten ninguna característica específica por el tema de que se trata, sino que, por el contrario, son muy minoritarias en relación con las simulaciones de delitos de naturaleza patrimonial como el hurto o la rapiña. De ninguna forma se ven facilitadas por la ley 19580, dado que, en los escasos casos en que se producen, el sistema de justicia cuenta con las herramientas y la normativa legal para detectarlas y sancionarlas"*<sup>6</sup>.

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.

La precarización laboral del sector de medios constituye un obstáculo real para los avances en calidad de los medios. Los principales medios de prensa conservadores utilizaron diversas estrategias discursivas para invisibilizar al 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.

Las investigadoras Mariana Achugar y Gelsi Ausserbauer (2024), del Observatorio de Medios del Uruguay, analizan cómo las representaciones del acoso sexual en un programa de televisión uruguaya brindan una idea de algunas de las formas en que construimos material e idealmente las relaciones sociales basadas en diferencias sexogenéricas. Los hallazgos muestran que entre las voces y representaciones que circulan en este programa de televisión predominan discursos que cuestionan las reivindicaciones de derechos y el reconocimiento de las vulneraciones que sufren las mujeres en la sociedad. Se usan estrategias discursivas que apuntan a un marco interpretativo cultural que naturaliza la violencia de género como algo que ocurre en ciertos tipos de relaciones y a las mujeres que denuncian como actrices que no pueden ser creíbles o tratadas como sujetos de derecho<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup> Disponible en:

<https://universidad.claeh.edu.uy/wp-content/uploads/2025/07/INFORME-FINAL-DENUNCIAS-FALSAS.docx.pdf>

<sup>7</sup> (<https://omu.fic.edu.uy/representaciones-del-acoso-sexual-analisis-de-un-programa-de-television-uruguayo-en-el-8m/>)

## **Participación de Uruguay en el GMMP**

Desde Uruguay se ha participado en 4 ediciones del Monitoreo Global de Medios: en 2000, 2010, 2015, 2020 coordinada por Cotidiano Mujer y la participación de un amplio equipo de voluntarias. Para la presente edición 2025, se realizó una coordinación entre Cotidiano Mujer y académicas de la Facultad de Comunicación e Información (FIC), el Observatorio de Medios del Uruguay (OMU), 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.

## RESUMEN EJECUTIVO

El Monitoreo Global de Medios 2025 ofrece una nueva fotografía de la igualdad de género en las noticias uruguayas, en un contexto marcado por transformaciones políticas, retrocesos en agendas de derechos y una fuerte concentración mediática. El día del monitoreo (6 de mayo de 2025) coincidió con la semana previa a las elecciones departamentales y municipales, lo que influyó en una agenda altamente politizada.

Los resultados muestran una subrepresentación de las mujeres en todos los soportes y contenidos informativos, excepto en las noticias de VBG, donde aparecen como sujetas en el 100% de los casos. En el conjunto total de las noticias, solo el 24% de las personas mencionadas o visibles son mujeres, lo que confirma la continuidad de brechas de género históricas y el estancamiento observado a nivel global desde 2010.

En cuanto a temáticas, política y gobierno concentran el mayor volumen de notas en todos los medios, con una presencia de mujeres que no supera el 27%. Economía, deportes y social/legal presentan las menores proporciones (entre 0% y 19%). Los deportes constituyen un área completamente masculinizada, sin mujeres como periodistas, fuentes o sujetos.

Respecto a sujetos y fuentes, las mujeres aparecen mayormente como víctimas de violencia, mientras que sus voces son minoritarias en roles políticos, técnicos y decisorios. La presencia de fuentes femeninas es particularmente baja en economía, política, ciencia e ingeniería.

En relación con las y los periodistas, la autoría masculina predomina en todos los soportes. En radio y prensa escrita, la producción de noticias está casi exclusivamente en manos de periodistas varones. En televisión, las mujeres alcanzan un 38% entre presentadoras y un 23% entre reporteras. Además, se constata una marcada restricción etaria para las mujeres, cuya presencia se concentra entre los 31 y 50 años, mientras que los varones continúan apareciendo hasta edades más avanzadas.

La perspectiva de género es escasa y aparece con mayor claridad únicamente en noticias de VBG, independientemente del sexo de quien reporta.

El análisis global evidencia que los medios continúan reproduciendo sesgos estructurales, otorgando baja centralidad a las mujeres como sujetas políticas, económicas, científicas y sociales. La sobrerrepresentación en VBG no compensa su ausencia en el resto de la agenda informativa y puede reforzar asociaciones problemáticas entre mujeres y victimización. Los resultados confirman la necesidad de promover cambios institucionales, editoriales y formativos para avanzar hacia una comunicación más diversa, inclusiva y democrática.

## UN DÍA EN LAS NOTICIAS EN URUGUAY

El día del Monitoreo Global de Medios, 6 de mayo de 2025, Uruguay se encontraba en la semana previa a la elección de los gobiernos departamentales y municipales, que sería el domingo 11 de mayo. Por esta razón, gran parte de las noticias encontradas en el relevamiento giran en torno a las elecciones, las candidatas y los candidatos. Cabe resaltar que de las 146 candidaturas presentadas para las 19 jefaturas departamentales, solamente 25 correspondían a mujeres, es decir, el 17% y, solamente una ganó la elección. En cuanto

al nivel de gobierno municipal, de las 136 alcaldías que se encuentran en todo el país, 38 son ocupadas por alcaldesas, lo que representa un 28%<sup>8</sup>.

En la prensa del día se encuentran dos noticias vinculadas a la violencia de género. Por un lado, hay una noticia sobre un caso de femicidio y violencia vicaria que tuvo lugar en la ciudad de Durazno. Se trata de un hombre que asesinó a su pareja y a una de las hijas de ambos, de 16 años, e hirió a sus otras dos hijas, también menores de edad. En segundo lugar, se encuentra la noticia de un hombre que golpeó a su pareja, le quebró una costilla y se encerró en el baño. El agresor fue condenado por el delito de “lesiones personales” a tres meses de prisión y seis meses de uso de tobillera electrónica.

La violencia vicaria introduce una nueva modalidad de violencia que expresa la crueldad de las estrategias patriarcales para agredir a las mujeres. Se trata de la violencia que ejerce un hombre pareja o expareja de una mujer sobre los hijos o las hijas de ella (sea o no su padre), que puede llegar hasta el asesinato de los niños/las niñas. Este tipo de violencia no está desglosada en el presente informe como una clase específica, sino que aparece incluido en el ítem VBG.

De acuerdo a datos del Ministerio del Interior de Uruguay<sup>9</sup>, entre 2021 y 2024, de cada 10 asesinatos a mujeres, 7 corresponden a situaciones de VBG. Entre las denuncias de violencia de género registradas en la primera mitad del año, el 14% fue por violencia vicaria<sup>10</sup>. Asimismo, la cartera informa que del 1º de enero al 7 de diciembre de 2025 se perpetraron 17 homicidios a mujeres por VBG<sup>11</sup>. Por otro lado, según datos publicados en la página web *Feminicidio Uruguay*, hasta el momento los casos podrían ascender a 25<sup>12</sup>.

Hay incorrondancia entre los datos del Ministerio del Interior y los presentados por la plataforma activista feminista Feminicidio Uruguay, ya que los criterios para su categorización son distintos: la secretaría de Estado reconoce sus limitaciones<sup>13</sup> ya que para su determinación se limita a lo descrito en la ley 19.580 mientras la plataforma se posiciona desde el activismo para combatir los datos faltantes incluyendo un elemento afectivo y de cuidado con el fin de combatir la opresión y la discriminación<sup>14</sup>.

## EL CONTEXTO

Uruguay tiene una población estimada de alrededor de 3.6 millones de personas. La concentración de medios en Uruguay es un problema creciente. El 80% de los medios pertenece a tres grupos económicos asociados a canales privados (canales 4, 10 y 12). Hay una falta de información actualizada, ya que los últimos estudios académicos fueron, uno, en 2017 y, otro, en 2023. En los últimos años están ingresando al país grupos privados

<sup>8</sup> <https://ladiaria.com.uy/feminismos/articulo/2025/5/un-lugar-todavia-reservado-para-los-hombres-solo-una-de-las-19-intendencias-estara-encabezada-por-una-mujer/>

<sup>9</sup> <https://www.gub.uy/ministerio-interior/comunicacion/noticias/actualizacion-del-estudio-sobre-femicidios-evidencia-para-fortalecer#:~:text=El%20informe%20revela%20que%20casi,Florida%2C%20Rivera%20y%20San%20Jos%C3%A9>

<sup>10</sup> <https://www.elpais.com.uy/narrativas-visuales/25-de-noviembre-lo-que-muestran-los-ultimos-datos-sobre-violencia-contra-la-mujer-en-uruguay>

<sup>11</sup> Fuente: Dirección Nacional de Políticas de Género (DNPG) / Sistema de Gestión de Seguridad Pública (SGSP).

<sup>13</sup> Estos datos fueron recogidos el 8/12/2025.

<sup>12</sup> <https://www.femicidiouruguay.net/base-de-datos>

<sup>13</sup> [https://oig.cepal.org/sites/default/files/femicidios\\_uruguay.pdf](https://oig.cepal.org/sites/default/files/femicidios_uruguay.pdf)

<sup>14</sup> <https://informatio.fic.edu.uy/index.php/informatio/article/download/273/360>



extranjeros, en particular de Argentina. La emergencia de plataformas hace que grupos nacionales hayan perdido importancia y disminuyan sus ingresos. En este momento hay tres grupos mediáticos que dominan el área metropolitana, Grupo Sarandí, Grupo Mont Soleil y Grupo Magnolio. La concentración de medios por parte de grupos con gran poder económico —algunos de ellos asociados a grupos antiderechos— se da, particularmente, en la radio.

Para hacer el monitoreo se seleccionaron medios uruguayos de alta circulación y que representan diversidad de líneas editoriales, que se listan a continuación:

| <b>Prensa escrita</b> | <b>Web/Portal</b> | <b>Radio</b> | <b>TV</b>    |
|-----------------------|-------------------|--------------|--------------|
| La diaria             | El Observador     | Sarandí      | Canal 12     |
| El País               | Montevideo        | Carve        | Telenoche 4  |
|                       |                   | M24          | Subrayado 10 |
|                       |                   |              | TV Ciudad    |
|                       |                   |              | Canal 5      |

Los criterios utilizados para la selección fueron los siguientes: número de visitas y rating. Este criterio permite dar cuenta del tipo de representaciones y prácticas periodísticas que llegan a públicos mayores.

Según el ranking de Semrush<sup>6</sup> de 2024, los medios más visitados en el mes de octubre 2024 son: *Montevideo Portal* (19 millones de vistas), *El País Digital* (9.5 millones), *El Observador* (8.4 millones), *Subrayado* (6.7 millones), *La Diaria* (4 millones), *Teledoce* (3.2 millones), *Caras y Caretas* (1.8 millones), *M24* (1.7 millones), *Telenoche* (1 millón), *Azul FM* (900 mil vistas), *FM Gente* (885 mil vistas).

Además, consideramos los horarios y ratings más altos para seleccionar los programas de noticias a cubrir en el monitoreo. Según Mediciones y Mercados (2024)<sup>15</sup>, el horario y programas de más rating fueron los seleccionados.

Los medios seleccionados representan diversidad, también, con respecto al tipo de empresa y modo de gestión, ya que incluyen canales públicos y de organizaciones cooperativas. No en muchos países existe esta pluralidad de medios.

Se siguieron los parámetros e instrucciones para la codificación de las noticias establecidos por el GMMP2025. Además, incorporamos tres preguntas específicas para Uruguay que distinguían si la persona representada pertenecía a un grupo racializado, si las personas aludidas pertenecían a un grupo conservador o anti-derechos y si aparecen mujeres en roles activos.

<sup>15</sup> <https://www.elpais.com.uy/sabado-show/tendencias-y-sorpresas-del-rating-de-radio-2024-los-mas-escuchados-y-los-menos-en-todos-los-horarios>

14 personas trabajaron en la codificación de las noticias. Una estimación aproximada del tiempo que se utilizó es 12 horas aproximadamente por pareja.

6 personas codificaron programas de radio

6 personas codificaron programas de televisión

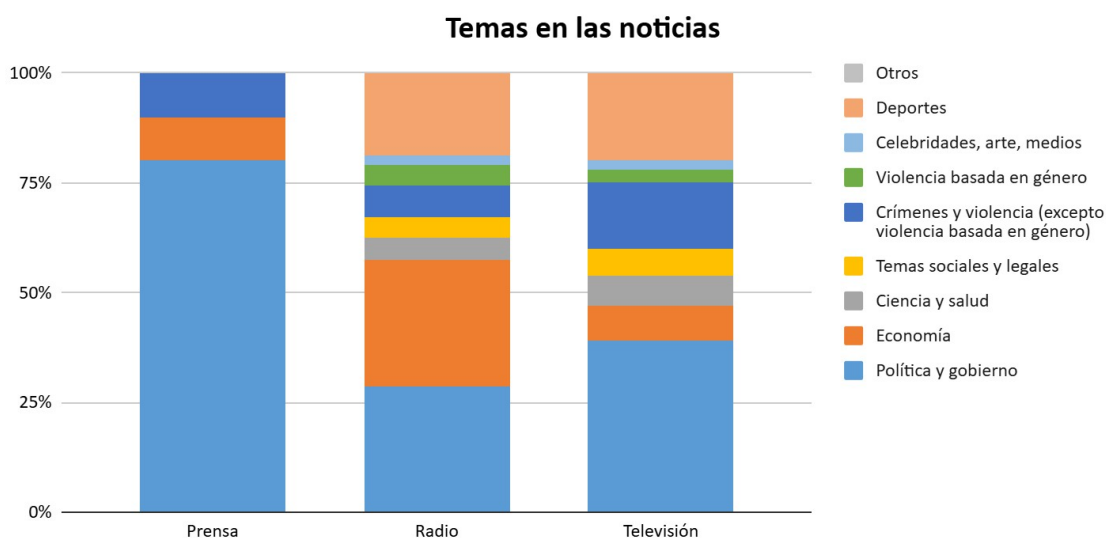
4 codificaron noticias web

4 codificaron noticias de prensa escrita

Las voluntarias que realizaron la codificación incluyeron docentes universitarias, activistas feministas, estudiantes universitarias y periodistas profesionales. Algunas ya habían participado en monitoreos globales anteriores. Estas diferentes miradas y experiencias enriquecieron nuestro análisis y aprendizaje.

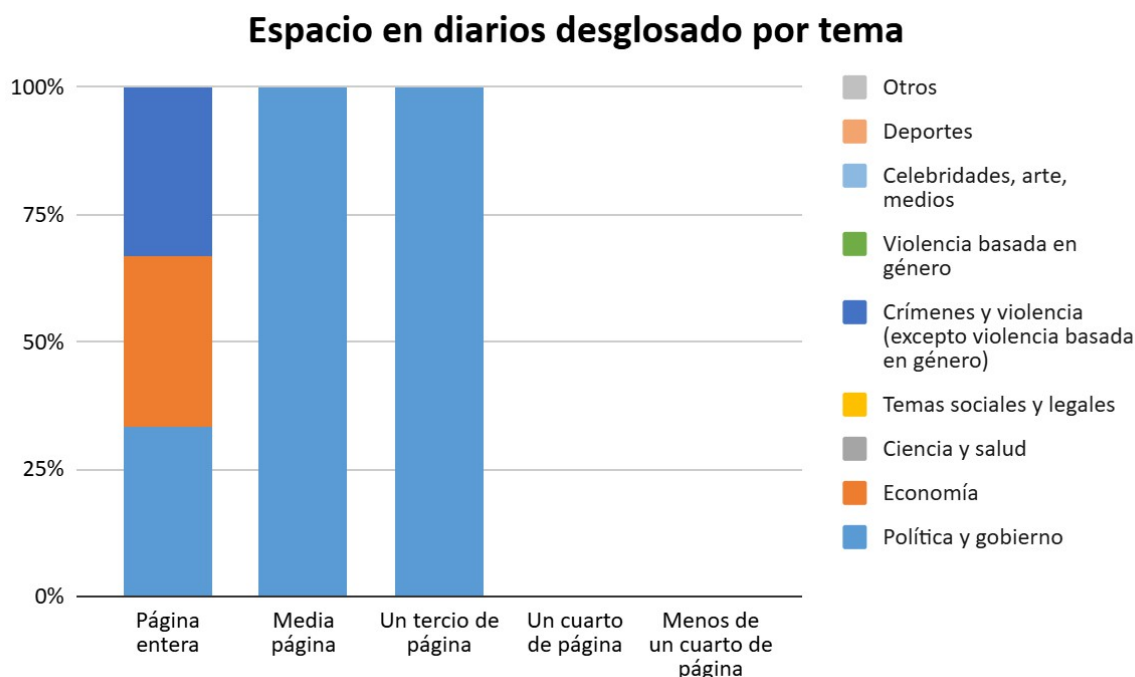
## TEMAS EN LAS NOTICIAS

Las noticias del 6 de mayo relevadas estuvieron relacionadas con: las elecciones departamentales; el caso de corrupción política de un candidato; un caso de violencia basada en género; un femicidio con violencia vicaria; un proyecto para la construcción de una planta potabilizadora de agua con impacto ambiental y social; las acciones militares de Israel atacando en Gaza; varias noticias sobre el deporte. Este día, en particular, el caso de femicidio y las elecciones constituyeron la información más destacada.



Como se ha señalado, la cercanía con una instancia electoral motivó que gran parte de las noticias del día estuvieran relacionadas con política y gobierno. La prensa escrita (categoría integrada por dos diarios) fue el medio en el que se encontró un mayor porcentaje de noticias sobre el tema (80%), además de un 10% de noticias sobre economía y otro 10% sobre noticias vinculadas a crimen y violencia no basada en género. En radio (en los tres programas que fueron relevados), también prevalecieron las noticias sobre política y gobierno (29%), pero al mismo nivel que noticias sobre economía (29%) y, por otro lado, se encontró un número destacado de notas sobre deportes (19%). En televisión (entre los cuatro programas que se revisaron) también se destacó la cobertura vinculada con política y gobierno (39%),

en conjunto con los deportes (20%) y, en tercer lugar, tuvo representación el tema de crímenes y violencia no basada en género (15%).



En el relevamiento de Uruguay, como se muestra en el cuadro de medios seleccionados, los medios gráficos relevados fueron dos. El análisis permite concluir que, como se observa en el gráfico, el espacio dedicado a cada tema en los periódicos corresponde a una página entera, media página y un tercio de página. No hay temas, dentro de los parametrizados, que ocupen secciones menores. De todos los temas que ocuparon páginas completas, 33,33% corresponden a política y gobierno, 33,33% a deporte y, el restante 33,33%, a crímenes y violencia (no basada en género). Los espacios que siguen en tamaño (media página y un tercio de página) fueron completados en un 100% con noticias sobre política y gobierno. El contexto marca la priorización de estos temas de política y economía ya que se estaba en medio de una elección y un caso de corrupción política de uno de los candidatos al gobierno departamental.

## SUJETOS Y FUENTES DE NOTICIAS

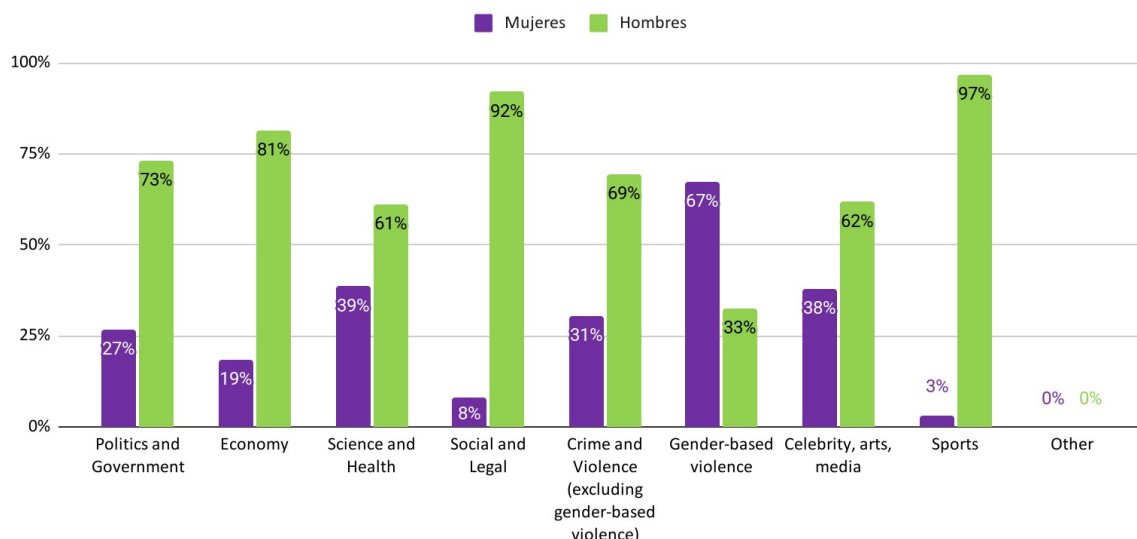
Tanto en términos generales (donde la presencia femenina se impone únicamente en el 24% de las noticias) como particulares, la presencia de las mujeres en las noticias se ve disminuida en relación a la de los hombres. El hecho de que solamente supere a los hombres en las noticias vinculadas con la violencia basada en género (67% de presencia femenina) expone las desigualdades presentes en la sociedad y su retrato en la generación de información.

La aparición de las mujeres está marcada por su condición de víctimas de violencia basada en género. Los temas que cuentan con menos presencia femenina son deportes (con un 3%) y social y jurídico (8%). En otras temáticas como economía, política y gobierno, y crimen y violencia, la presencia de las mujeres (19%, 27% y 31% respectivamente), se ubica en un porcentaje ampliamente minoritario en comparación con la masculina, tal como puede

apreciarse graficado. En celebridad, artes y medios y ciencia y salud es donde la presencia femenina se acerca más a la masculina (38% y 39% respectivamente).

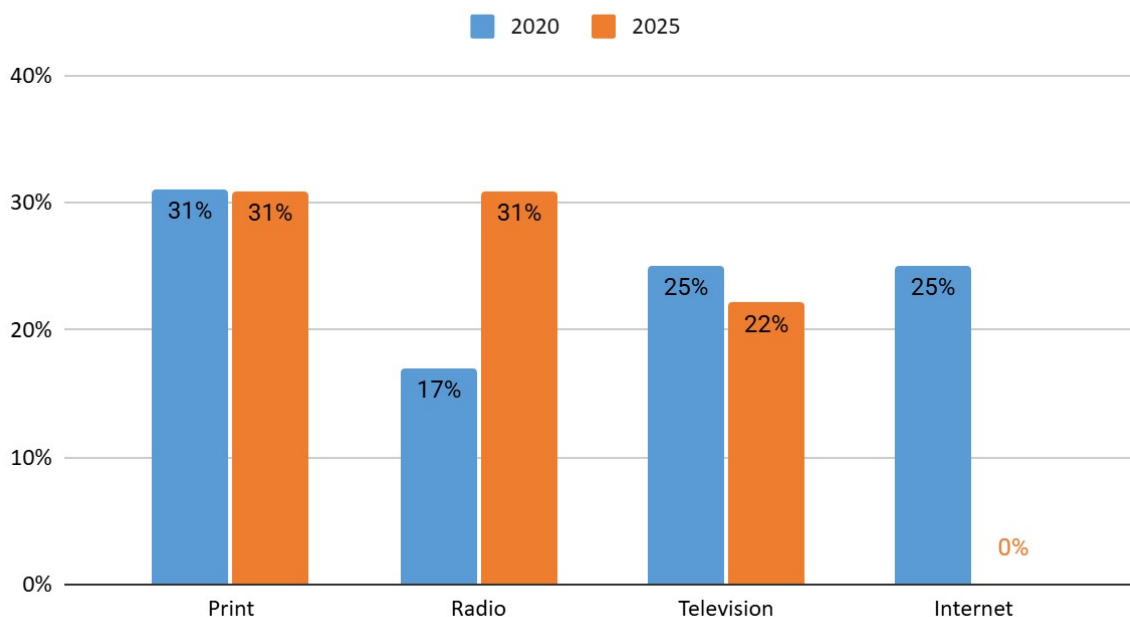
Esta situación de amplificación de las desigualdades demuestra que los medios de comunicación no han sido lo suficientemente aliados a la hora de disminuir la brecha de representatividad entre hombres y mujeres, sobre todo en los temas donde en los últimos años organizaciones nacionales e internacionales, académicas y políticas, han abogado por su disminución.

Presencia masculina y femenina según tema - prensa, radio y televisión



En la comparación entre este reporte y el anterior, si observamos la presencia de mujeres por soporte podemos ver reflejada la situación global expresada por las conclusiones del GMMP: un estancamiento del progreso. El único avance significativo es en radio; en prensa escrita el número permaneció incambiado (31%) y en televisión, incluso, se redujo un 3%. El aumento de la presencia de mujeres en el soporte radio implica un crecimiento de 14 puntos porcentuales.

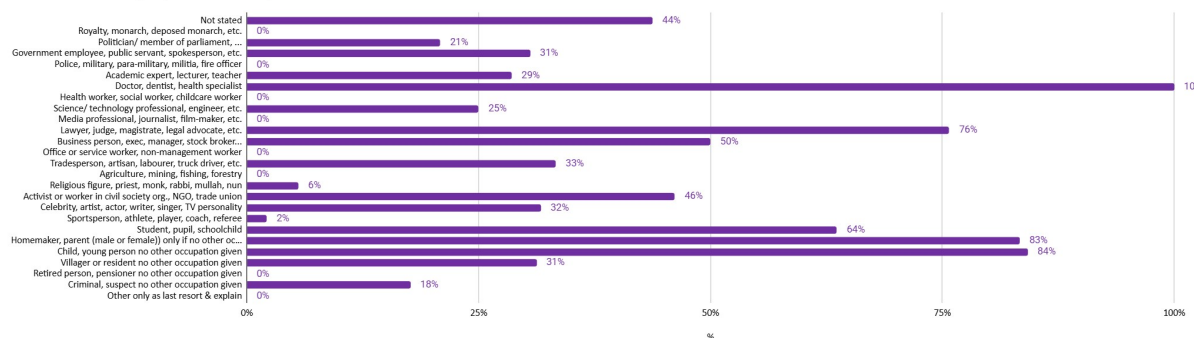
## Comparativa de uso de fuentes femeninas 2020-2025 por soporte



Por otra parte, otro de los cortes interesantes es ver dentro de las notas que cuentan con fuentes femeninas qué profesión u ocupación tienen estas. Podemos observar que en las que las fuentes femeninas superan el 50% estas son: doctoras/es, dentistas y especialistas de la salud (100%), niñas/os o jóvenes (84%), amas de casa, progenitoras/es (83%), abogadas/os, juezas/jueces, magistradas/os, defensoras/es, etc. (76%) y estudiantes (64%).

Por otro lado, en los casos en los que las fuentes femeninas y masculinas están más equilibradas, las mujeres cuentan con profesiones como empresarias (50%) o activistas (46%). Pero en algunas profesiones reconocidas como importantes para la representación, como políticas/os y empleadas/os de gobierno, el porcentaje de fuentes femeninas es menor (21% y 31% respectivamente). Lo mismo sucede con profesionales de la ciencia o la ingeniería, donde solo el 25% de las fuentes son mujeres.

Fuentes femeninas por profesión u ocupación



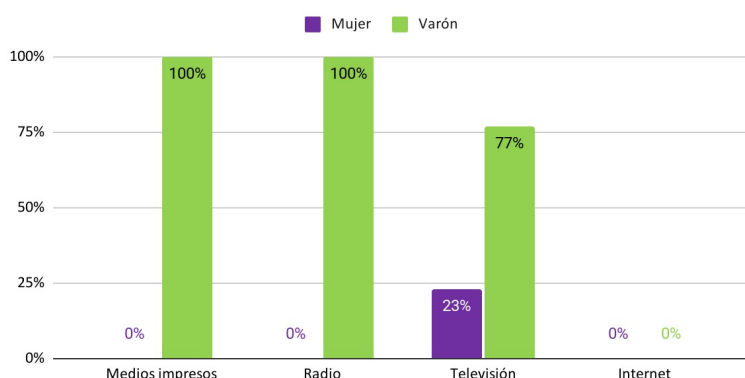
## PERIODISTAS

El análisis distingue entre reporteros/as, locutores y presentadores/as. La presencia general de reporteros, locutores y presentadores de todos los medios de comunicación en Uruguay se distribuye de la siguiente manera: las presentadoras mujeres en medios radiales es de un 17% sobre un total de 63 presentadores. En la televisión, el porcentaje de presentadoras mujeres asciende a 38% contra un 62% de presentadores varones (N=255). En los medios escritos de los 6 periodistas identificados el 100% son varones.

### Desglose de reporteros y presentadores del Uruguay

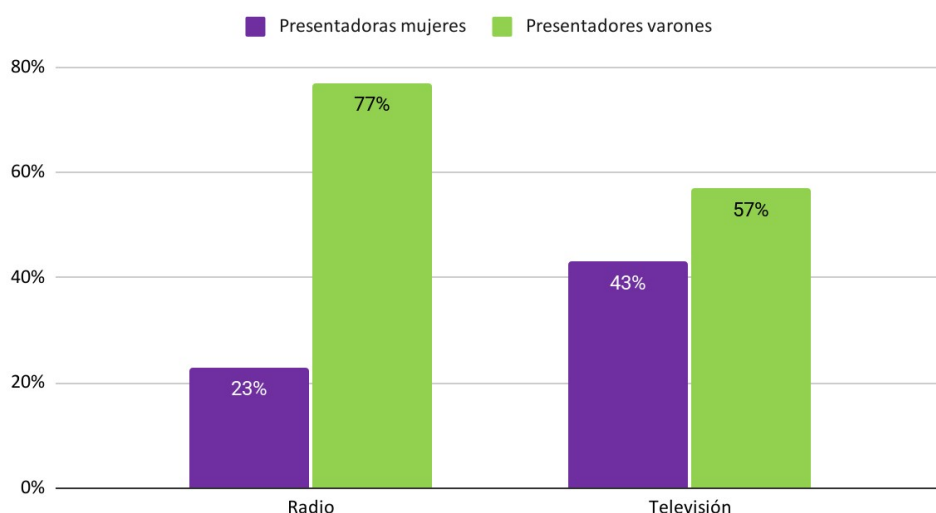
|                | 2025            |       |       |       |            |       |
|----------------|-----------------|-------|-------|-------|------------|-------|
|                | Medios impresos |       | Radio |       | Televisión |       |
|                | Mujer           | Varón | Mujer | Varón | Mujer      | Varón |
| Total de casos | 0               | 6     | 11    | 52    | 96         | 159   |
| Porcentajes    | 0%              | 100%  | 17%   | 83%   | 38%        | 62%   |
| Total          | 6               |       | 63    |       | 255        |       |

### Desglose de reporteros por medio en Uruguay



El total de reporteros de radio (N=15) y de medios impresos (N=6) está en un 100% compuesto por varones. De los reporteros de televisión (N=65), el 23% son mujeres y el 77% son varones.

### Desglose de presentadores por medio y sexo



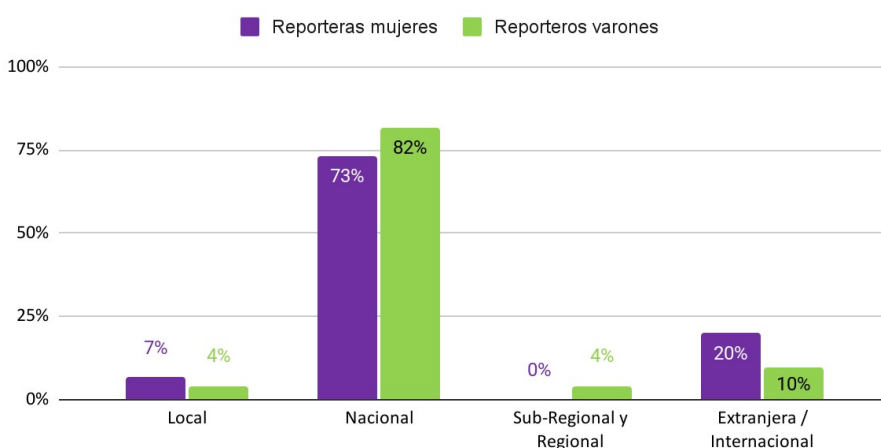
Del total de presentadores de radio (N=48), un 23% son mujeres y un 77% son varones. Los presentadores de televisión son 190 en total y sólo un 43% de estos son mujeres. En ambos casos las presentadoras mujeres constituyen un número menor, pero en la radio esta diferencia alcanza los 54 puntos porcentuales.

### Desglose por sexo de reporteros/as y alcances de las noticias - Uruguay, 2025

|       | Local | %    | Nacional | %    | Sub-Regional y Regional | %    | Extranjera / Internacional | %    | total | %    |
|-------|-------|------|----------|------|-------------------------|------|----------------------------|------|-------|------|
| Mujer | 1     | 25%  | 11       | 16%  | 0                       | 0%   | 3                          | 30%  | 15    | 17%  |
| Varón | 3     | 75%  | 58       | 84%  | 3                       | 100% | 7                          | 70%  | 71    | 83%  |
| Total | 4     | 100% | 69       | 100% | 3                       | 100% | 10                         | 100% | 86    | 100% |

De las 69 noticias nacionales, un 84% tiene reporteros varones y un 16%, reporteras mujeres. De las 4 noticias locales, 3 contaron con reporteros varones (75%). El 100 % de las noticias subregionales y regionales tiene reporteros varones y solo el 30% de las noticias internacionales son reportadas por mujeres. De las 86 noticias reportadas, 71 son reportadas por varones y 15 son reportadas por mujeres.

## Distribución de reporteros/as por sexo y por el alcance de las noticias - Uruguay, 2025



Del total de reporteras mujeres (N=15), un 7% reportaron noticias locales, un 73% noticias nacionales y un 20% noticias internacionales.

En 2025, el tema política y gobierno concentra cerca de la mitad de las noticias realizadas tanto por mujeres (47%, N=7) como por varones (48%, N=34). Se observan algunas diferencias en la distribución temática: economía ocupó un porcentaje mayor en el total de las noticias realizadas por varones, 13% y 7% en las noticias reportadas por mujeres, mientras que los temas sociales y legales ocuparon un 13% en el total de las noticias reportadas por mujeres, frente a un 4% en las noticias reportadas por varones. En relación a las noticias de crimen y violencia (excluida la violencia basada en género) estas presentan una mayor proporción de noticias informadas por mujeres. El tema deportes aparece únicamente en las noticias realizadas por varones (11% N=15).

## Temas en la prensa por detalle del medio y el sexo del/a reportero/a

| Desglose de temas de actualidad por medio y sexo del periodista*                            | Medios impresos |       | Radio |       | Televisión |       | Internet |       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------|-------|-------|------------|-------|----------|-------|
|                                                                                             | Mujer           | Varón | Mujer | Varón | Mujer      | Varón | Mujer    | Varón |
| Mujeres políticas, mujeres candidatas electorales...                                        | 0%              | 17%   | 0%    | 7%    | 27%        | 4%    | 0%       | 0%    |
| Otras políticas internas/gobierno (local, regional, nacional), elecciones, discursos...     | 0%              | 67%   | 0%    | 7%    | 20%        | 40%   | 0%       | 0%    |
| Otras historias sobre política y gobierno (especificar en 'comentarios')                    | 0%              | 0%    | 0%    | 7%    | 0%         | 8%    | 0%       | 0%    |
| Políticas económicas, estrategias, módulos, indicadores, bolsas de valores, impuestos, etc. | 0%              | 17%   | 0%    | 13%   | 0%         | 4%    | 0%       | 0%    |
| Pobreza, vivienda, bienestar social, ayuda, etc.                                            | 0%              | 0%    | 0%    | 0%    | 0%         | 2%    | 0%       | 0%    |
| Otras cuestiones laborales (huelgas, sindicatos, etc.)                                      | 0%              | 0%    | 0%    | 0%    | 7%         | 0%    | 0%       | 0%    |



|                                                                                                                                                |    |    |    |     |     |     |    |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|----|-----|-----|-----|----|----|
| Economía rural, agricultura, ganadería, derechos sobre la tierra                                                                               | 0% | 0% | 0% | 20% | 0%  | 0%  | 0% | 0% |
| Medicina, salud, higiene, seguridad (no cáncer, polio ni VIH/SIDA)                                                                             | 0% | 0% | 0% | 0%  | 7%  | 6%  | 0% | 0% |
| Religión, cultura, tradición, controversias...                                                                                                 | 0% | 0% | 0% | 0%  | 0%  | 4%  | 0% | 0% |
| Sistema jurídico, poder judicial, legislación, derecho de familia, códigos de familia, derecho de propiedad, herencias...                      | 0% | 0% | 0% | 0%  | 0%  | 2%  | 0% | 0% |
| Otras historias sobre temas sociales/legales (especificar en 'comentarios')                                                                    | 0% | 0% | 0% | 0%  | 13% | 0%  | 0% | 0% |
| Delitos no violentos, sobornos, robos, drogas y corrupción.                                                                                    | 0% | 0% | 0% | 0%  | 13% | 10% | 0% | 0% |
| Delitos violentos, asesinatos, secuestros, agresiones, etc. (NO RELACIONADOS CON EL GÉNERO)                                                    | 0% | 0% | 0% | 0%  | 0%  | 10% | 0% | 0% |
| Guerra, guerra civil, terrorismo, otros tipos de violencia estatal EXCEPTO EN ORIENTE MEDIO                                                    | 0% | 0% | 0% | 0%  | 7%  | 0%  | 0% | 0% |
| Otros delitos/violencia (especificar en 'comentarios')                                                                                         | 0% | 0% | 0% | 0%  | 0%  | 0%  | 0% | 0% |
| Otras violencias de género como el feminicidio, la trata de niñas y mujeres, la mutilación genital femenina...                                 | 0% | 0% | 0% | 0%  | 7%  | 8%  | 0% | 0% |
| Deportes de equipo (fútbol, fútbol americano, baloncesto, balonmano, hockey, etc.): eventos, jugadores, instalaciones, formación, financiación | 0% | 0% | 0% | 47% | 0%  | 2%  | 0% | 0% |

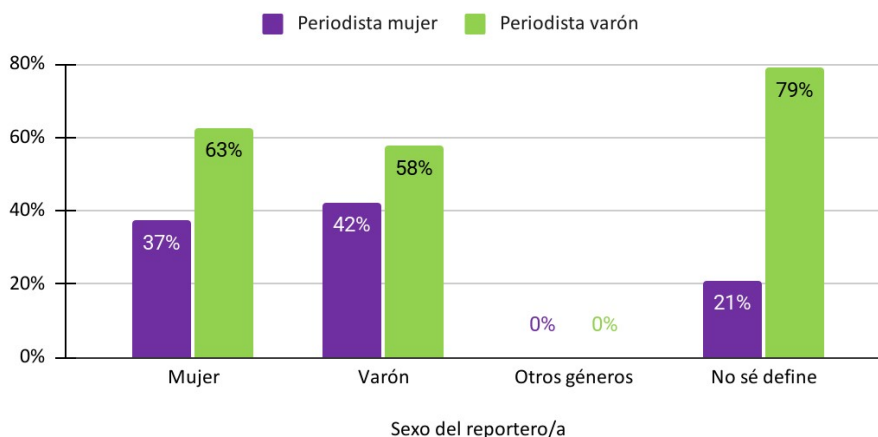
\*Los temas que no están contabilizados no tuvieron apariciones en las noticias relevadas para este monitoreo.

En los datos analizados se observa una distribución muy desigual de la cobertura temática según el medio y el sexo del periodista. En los medios impresos y en la radio no se registra participación de mujeres en ninguno de los temas relevados: toda la producción informativa en estos soportes está a cargo de varones. En ambos casos, además, la cobertura se concentra casi exclusivamente en asuntos políticos y económicos. No hay registros de cobertura femenina ni masculina en temas culturales, sociales, de violencia o deportes en estos dos medios.

La televisión muestra un patrón distinto: es el único medio en el que aparecen mujeres periodistas cubriendo una variedad de temas. Su participación se concentra sobre todo en política y se extiende también a salud, asuntos sociales/legales y algunos tópicos de crimen y violencia. Aunque su presencia sigue siendo más reducida que la masculina, la televisión es el medio donde la agenda informativa presenta mayor diversidad temática y el único donde la distribución por sexo no es totalmente asimétrica. Los varones mantienen un predominio en la mayoría de los temas, especialmente en política interna, delitos violentos, asuntos jurídicos y deportes.

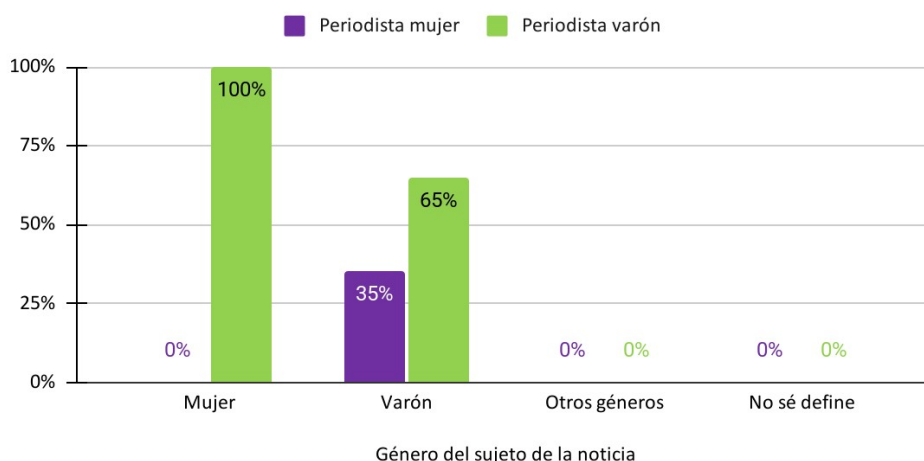
## Selección de temas de las noticias por periodistas hombres y mujeres, Uruguay, 2025.

Noticias de Política y gobierno según género del sujeto de la noticia y sexo de los/as periodistas



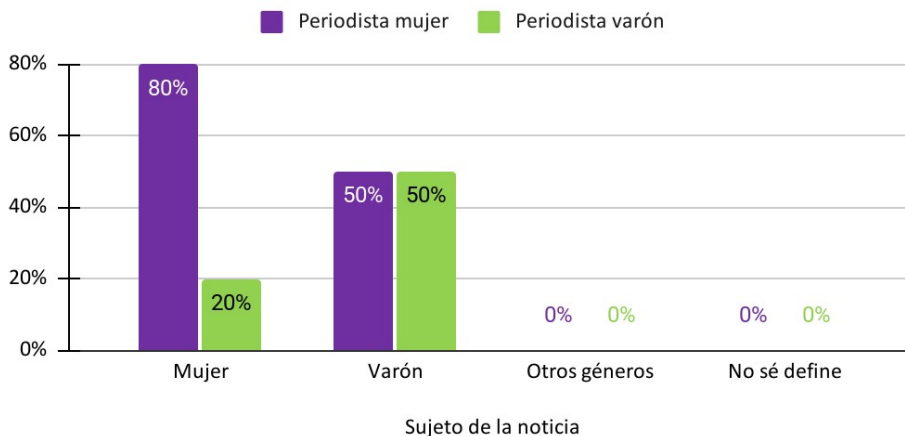
Las noticias sobre política y gobierno son las que tienen el mayor volumen de casos (N=488). Entre quienes reportan sobre mujeres, la autoría masculina es mayoritaria (63%), aunque con una presencia de periodistas mujeres relevante (37%). En las noticias reportadas por varones, las mujeres aparecen en el 42% de los casos y los varones en el 58%. Los periodistas varones son quienes más reportan en este tipo de noticias. No aparecen representadas noticias de personas de otros géneros.

Noticias de economía según género del sujeto de la noticia y sexo de los/as periodistas



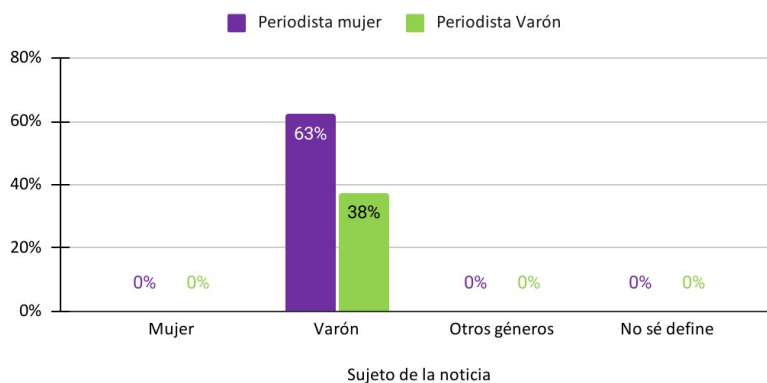
Las noticias realizadas por periodistas mujeres (N=4) se centran exclusivamente en reportar varones (100%). En las realizadas por periodistas mujeres, la presencia masculina como sujeto es del 35%. La economía aparece como un campo claramente masculinizado aunque el volumen total de noticias es bajo comparado con los otros temas (N=21).

## Noticias de ciencia y salud según género del sujeto de la noticia y sexo de los/as periodistas



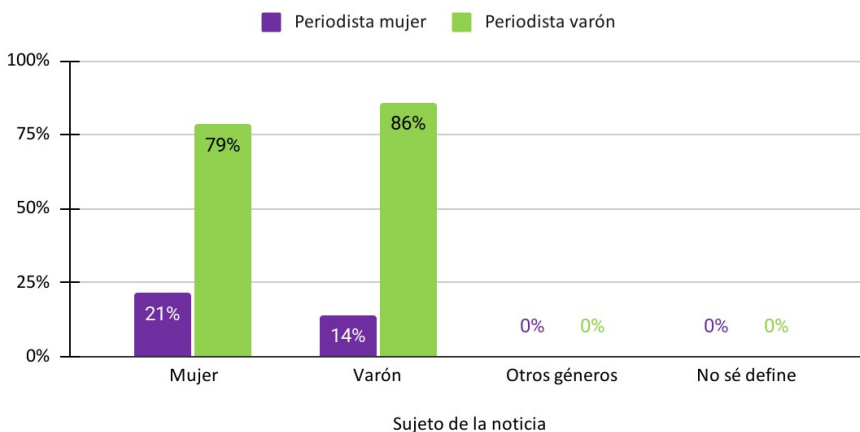
En las noticias sobre ciencia y salud donde el sujeto de la noticia es mujer (N=10), predominan las periodistas mujeres (80%). En las que el sujeto de la noticia es varón (N=14), la distribución del género del periodista que cubre la noticia es equitativa (50/50). Es uno de los pocos temas donde la autoría femenina se asocia a una mayor cantidad de sujetas de las noticias de mujeres.

## Noticias de social y legal según género del sujeto de la noticia y sexo de los/as periodistas



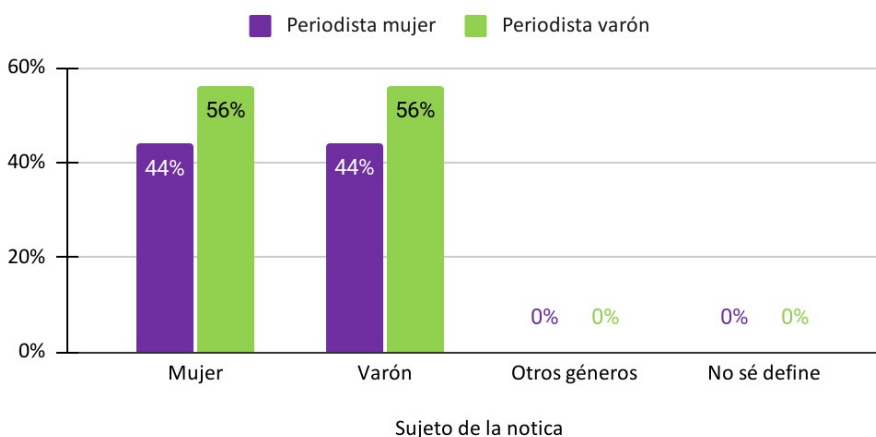
No hay fuentes mujeres ni de otros géneros citadas en las noticias del tema social y legal, independientemente del sexo del periodista. Cuando la periodista es mujer, el 63% de las fuentes son varones. Cuando el periodista es varón, el 38% de las fuentes son varones. Se trata de un campo donde la voz experta o autorizada pareciera ser predominantemente masculina, incluso en las notas producidas por mujeres periodistas.

### Noticias de crimen y violencia (sin VBG) según género del sujeto de la noticia y sexo de los/as periodistas



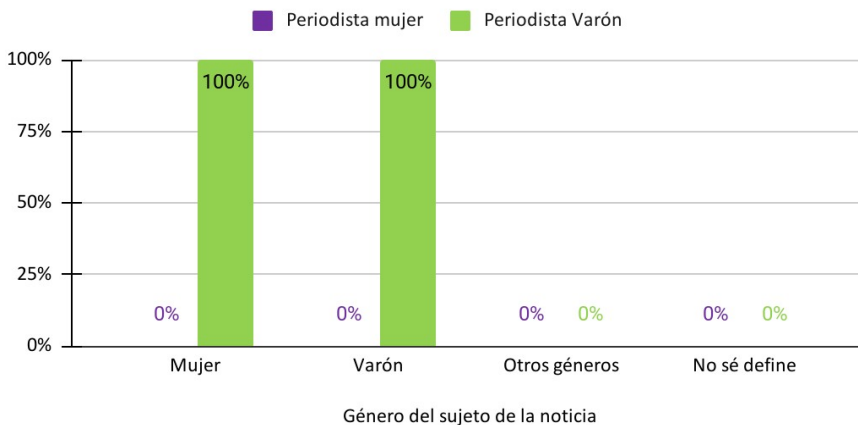
En las notas sobre crimen y violencia existe un total de 14 noticias con las mujeres como sujetas y 50 de noticias con varones como sujetos. Dentro de esos valores absolutos. En las noticias realizadas por periodistas mujeres un 21% de los sujetos son mujeres y un 14% varones. En el caso de los periodistas varones realizan un 79% de las noticias cuyos sujetos son mujeres y un 86% de las noticias donde las fuentes son varones.

### Noticias de Violencia Basada en Género (VBG) según género del sujeto de la noticia y sexo de los/as periodistas



Tanto en las notas sobre violencia basada en género realizadas por periodistas mujeres como en las reportadas por periodistas varones, la distribución es idéntica, pero sobre un número diferente de casos. En noticias con mujeres como sujetos (N=98), 44% fueron cubiertas por periodistas varones y 56%, por periodistas mujeres. En el caso de las noticias que tienen a los varones como sujetos la distribución es igual pero el total de noticias es de 66. A diferencia de otros temas, en violencia basada en género el sexo del reportero no introduce variaciones en la selección de sujetos, y persiste una leve mayoría de voces masculinas incluso en un tema directamente vinculado a desigualdades de género.

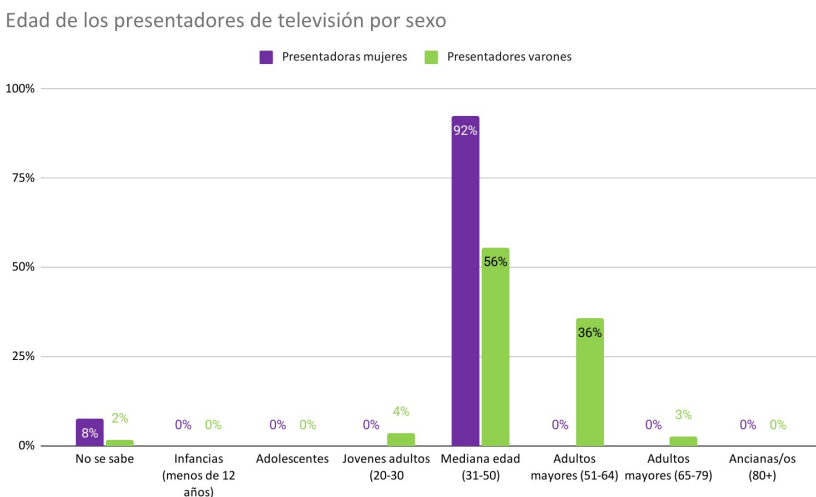
## Noticias de deportes según género del sujeto de la noticia y sexo de los/as periodistas



Deportes se configura como un campo exclusivamente masculino en el corpus analizado: No se registran mujeres ni como periodistas ni como fuentes. Esto impide evaluar el efecto del sexo del reportero sobre la selección de sujetos/as y señala una masculinización estructural del área temática, tanto en la producción como en la representación.

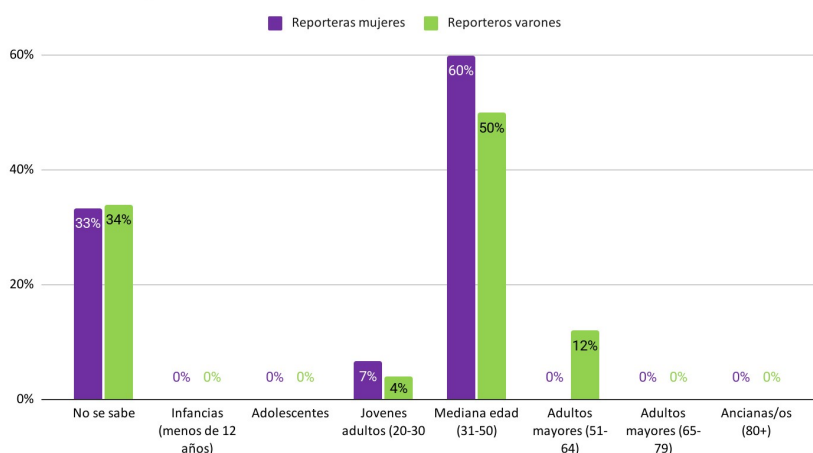
En todos los temas, la baja presencia de mujeres periodistas podría influir en la selección de voces, aunque los datos disponibles no permiten establecer una correlación o relación directa.

## Edad de los presentadores y reporteros de televisión, por sexo (Uruguay, 2025)



El 92% de las mujeres presentadoras son de mediana edad (31–50 años). La presencia de mujeres presentadoras está fuertemente concentrada en una única franja etaria: adultas pero no mayores. La juventud no aparece y el envejecimiento está completamente excluido.

Edad de los reporteros de televisión por sexo



La distribución etaria de los reporteros de televisión en Uruguay en 2025 revela una desigualdad según sexo. Mientras las mujeres se concentran casi exclusivamente en la franja de mediana edad (31–50 años) y no registran presencia alguna entre los 50 años y más, los varones mantienen visibilidad en edades más avanzadas, con un 12% de reporteros ubicados entre los 51 y 64 años. Esta diferencia podría sugerir que la edad opera como un límite más restrictivo para las mujeres que para los varones.

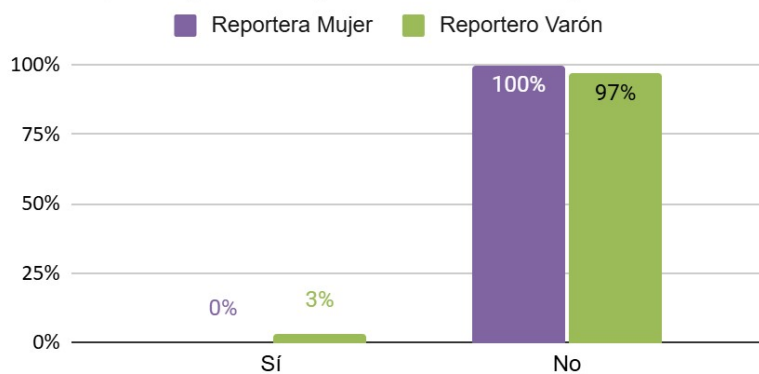
### Noticias con mujeres como protagonistas, por sexo del reportero y por tema principal

En 2025, la presencia de mujeres como foco central de las noticias muestra una distribución fuertemente desigual según el tema y el sexo del/de la periodista. En áreas tradicionalmente jerarquizadas de la agenda informativa, como política y gobierno, las historias con mujeres como protagonistas son prácticamente inexistentes: no se registran casos en los que las notas son realizadas por mujeres periodistas y apenas alcanzan al 3% cuando el periodista es varón.

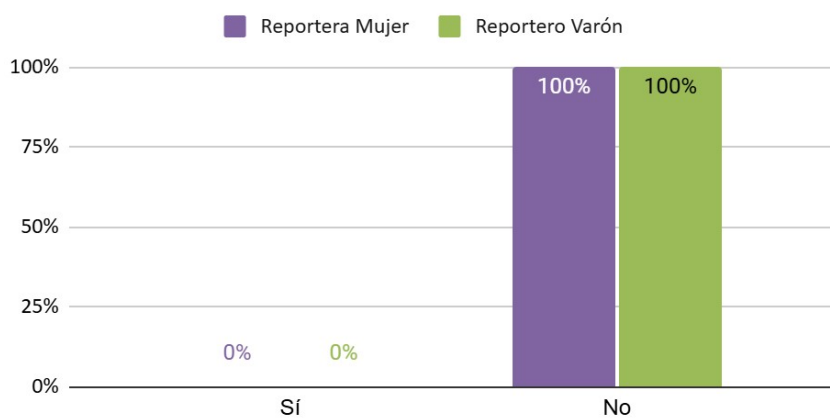
Excepto en violencia basada en género (VBG), en ningún otro tema aparecen historias con mujeres como foco central. Esto vale independientemente del sexo de quien reporta. Incluso cuando quien escribe es mujer, no hay historias políticas centradas en mujeres. El 3% en reporteros varones es marginal y no revierte el patrón general.

Las mujeres no son construidas como sujetos relevantes en estos campos, aunque sean áreas donde empíricamente participan, trabajan, producen conocimiento o son destinatarias de políticas. Por un lado, muestra consenso: la VBG es presentada como un tema donde las mujeres son el foco pero se refuerza una lectura problemática: las mujeres aparecen como sujeto casi exclusivamente en clave de violencia.

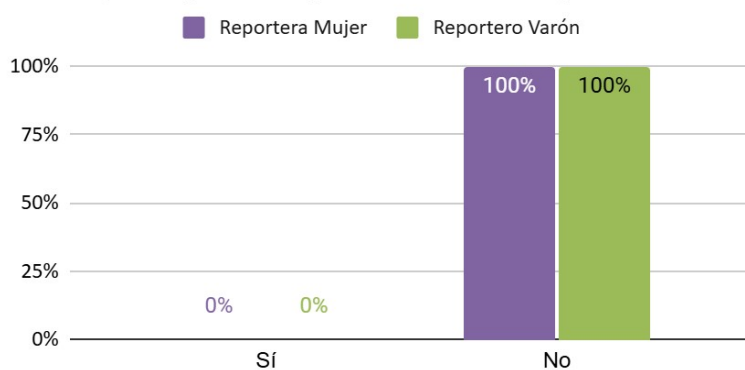
### Noticias sobre política y gobierno con mujeres como protagonistas por sexo del/a reportero/a



### Noticias sobre economía con mujeres como protagonistas por sexo del/a reportero/a

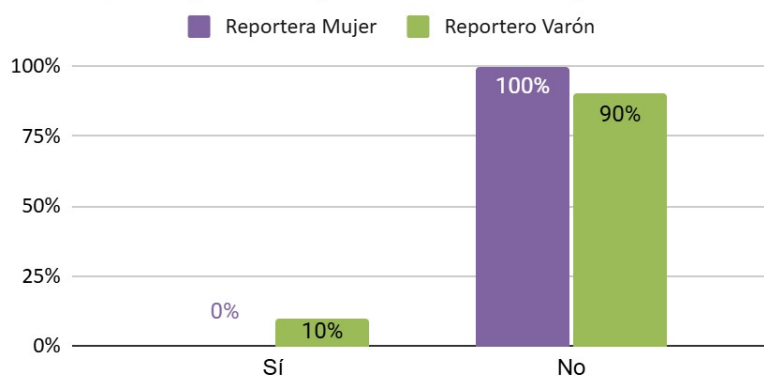


### Noticias de contenido social y legal con mujeres como protagonistas por sexo del/a reportero/a



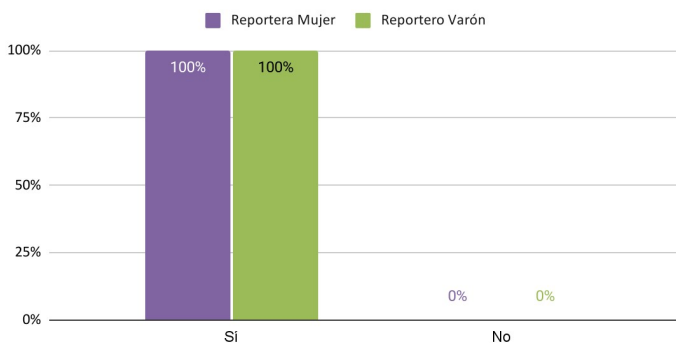
En ciencia y salud no se registra ninguna noticia donde las mujeres sean protagonistas (0%). Situación similar se observa en el eje Social y Legal, donde el 100 % de las noticias —tanto las realizadas por mujeres como por varones— no tienen a mujeres como centro del relato.

### Noticias sobre crimen (sin VBG) con mujeres como protagonistas por sexo del/a reportero/a



En el caso de Crimen y violencia (sin incluir violencia basada en género), las mujeres tampoco aparecen como foco central cuando las notas son realizadas por periodistas mujeres, y solo alcanzan al 10 % cuando los periodistas son varones.

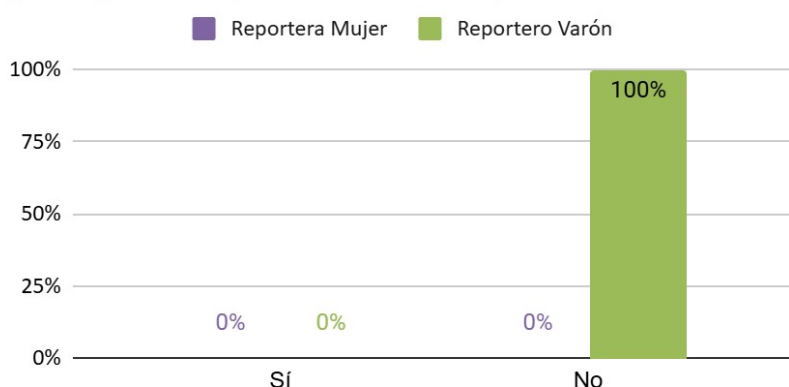
### Noticias sobre violencia basada en género (VBG) con mujeres como protagonistas por sexo del/a reportero/a



La Violencia Basada en Género (VBG), donde el 100% de las noticias tienen a mujeres como foco central, tanto cuando las notas son producidas por mujeres como cuando son producidas por varones. Esta sobrerrepresentación, lejos de compensar las ausencias en el resto de la agenda, refuerza una asociación restrictiva entre mujeres y victimización, consolidando una representación mediática que las coloca principalmente en función del daño y la violencia sufrida, y no sobre los perpetradores de la violencia. Lo que aparece como novedad es la contestación colectiva de movimientos que dan un sentido político a la violencia en términos de género (este punto se desarrollará en la sección siguiente).



### Noticias sobre deporte con mujeres como protagonistas por sexo del/a reportero/a



En el área de deportes, la ausencia de mujeres como foco central de las noticias es total. La totalidad de las noticias deportivas realizadas por periodistas varones (100%) no tiene a mujeres como eje del relato, lo que confirma el carácter profundamente masculinizado de esta sección de la agenda informativa. La inexistencia de cobertura centrada en mujeres invisibiliza su participación y desempeño en el ámbito deportivo y refuerza la idea de que el deporte constituye un territorio simbólico exclusivamente masculino.

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

En general, en los medios impresos y radiales no se incorpora la perspectiva de género, referencias a la igualdad o la discriminación o políticas que busquen la equidad. (hoja 11). En la televisión hay un poco más de atención a la perspectiva de género, pero todavía representa un enfoque menor y centrado en ciertos temas (solo 6%). Sin embargo, cuando se abordan temáticas como la ciencia-salud y la violencia basada en género se observa mayor atención a las desigualdades de género. Por ejemplo, en la televisión un 22% de las noticias de salud incorporan la perspectiva de género y un 75% de las noticias sobre violencia basada en género (hoja 11). Que esa violencia se enmarque en una perspectiva de género puede estar dado por la acción llevada adelante por los movimientos feministas que han fomentado una lectura de estos crímenes. contextualizada en el fenómeno estructural de las inequidades de género.

Se observa que en el encuadre de las noticias no existe mayor diferencia en la inclusión de una perspectiva de género cuando la comunicadora es mujer (9%) o varón (3%) (hoja 13). En temas como violencia de género reportados por una mujer, la perspectiva de género aparece en un 67% y, en el caso de reportes de varones, en un 71%. Es decir, parece ser que en este caso no se necesita ser mujer periodista para hablar de determinadas temáticas con perspectiva de género.

Las mujeres aparecen muy poco como centro de las noticias. Se destaca que en la radio y la televisión las mujeres aparecen como sujetos de las noticias relacionadas con violencia de género. En temas como economía y social y legal casi no aparecen representadas. Las únicas

noticias que claramente desafían estereotipos de género son las relacionadas con violencia basada en género, en un 33% sobre el total de noticias sobre este tema (hoja 46).

De todos modos, parecería que este nivel de exigencia en el desafío a los estereotipos en el que se espera el cuestionamiento directo a los estereotipos de género, aunque sea como menciones a cuestiones estructurales, puede ser un avance. Sin embargo, lo que no desafía explícitamente los estereotipos tampoco necesariamente los reproduce. El hecho de que se presenten noticias relacionadas con violencia de género en las que aparezca un mayor desafío a los estereotipos podría explicarse considerando que la violencia basada en género es una categoría impulsada por el movimiento feminista, de modo que ya viene problematizada.

## **ENFOQUE EN LA VIOLENCIA DE GÉNERO**

La violencia basada en género aparece como tema en 8% de las noticias de ese día (hubo dos casos de femicidio en esa fecha). Las mujeres aparecen en el rol de sujetas de estas representaciones en un 79% (de un total de 29 noticias en las que aparecen mujeres). En la televisión se reportaron 16 noticias sobre violencia de género, femicidio, con similar proporción de periodistas mujeres (7) y varones (9) a cargo de las notas. Las fuentes seleccionadas en las notas incluyen también una proporción similar entre varones (cerca de 7 en 10) y mujeres (cerca de 3 en 10), sin diferencias entre reporteros varones y mujeres. Es decir, que la mayoría de las fuentes citadas en las historias sobre femicidios son varones y no existe distinción entre las fuentes de información que usan reporteros mujeres y hombres.

En este tipo de noticias sobre VBG las representaciones que claramente desafían los estereotipos de género alcanzan solo un 11% en Uruguay, fenómeno que se repite en el resto de América Latina, en todo tipo de medios. Este tipo de noticias abordan el tema de VBG con perspectiva de género mayormente cuando se trata de acoso sexual (56% en radio, televisión y prensa y 50% en internet). También aparece el tema cuando se tratan casos de violencia de género hacia una mujer por parte de un victimario íntimo (33% en televisión, radio y prensa y 33% en internet).

Finalmente, el femicidio se aborda con perspectiva de género en 38% de las noticias en prensa, televisión y radio, mientras que se utiliza un 30% de las notas sobre el tema en internet. En las noticias sobre VBG aparecen 26% de fotografías de mujeres y 20% de varones. Es decir, que aparecen representadas más mujeres a nivel textual y visual en las noticias sobre VBG. Las mujeres aparecen representadas como sobrevivientes en noticias sobre VBG en un 29% de las noticias sobre violencia sexual y en un 40% de las notas sobre violencia por su pareja en un 40% y en 33% de las notas en otro tipo de violencia asociada (en este caso fue violencia vicaria).

Esta forma de representar la VBG muestra que las noticias sobre esta temática han

## RESUMEN Y CONCLUSIONES

El día del Monitoreo Global de Medios, 6 de mayo de 2025, Uruguay se encontraba en la semana previa a la elección de los gobiernos departamentales y municipales, realizada el domingo 11 de mayo. Por esta razón, gran parte de las noticias encontradas en el relevamiento giran en torno a las elecciones, las candidatas y los candidatos. Cabe resaltar que de las 146 candidaturas presentadas para las 19 jefaturas departamentales, solamente 25 correspondían a mujeres, es decir, el 17% y, solamente una ganó la elección. En cuanto al nivel de gobierno municipal, de las 136 alcaldías que se encuentran en todo el país, 38 son ocupadas por alcaldesas, lo que representa un 28%<sup>16</sup>.

En la prensa del día se encuentran dos noticias vinculadas a la violencia de género. Por un lado, hay una noticia sobre un caso de femicidio y violencia vicaria que tuvo lugar en la ciudad de Durazno. Se trata de un hombre que asesinó a su pareja y a una de las hijas de ambos, de 16 años, e hirió a sus otras dos hijas, también menores de edad. En segundo lugar, se encuentra la noticia de un hombre que golpeó a su pareja, le quebró una costilla y se encerró en el baño. El agresor fue condenado por el delito de “lesiones personales” a tres meses de prisión y seis meses de uso de tobillera electrónica.

Nos parece relevante señalar cómo la violencia vicaria introduce una nueva modalidad de violencia que expresa la crueldad de las estrategias patriarcales para agredir a las mujeres. Se trata de la violencia que ejerce un hombre pareja o expareja de una mujer sobre los hijos o las hijas de ella (sea o no su padre), que puede llegar hasta el asesinato de los niños/las niñas. En el monitoreo realizado este tipo de violencia no está desglosada como una forma específica de violencia y por ello está incluida en el ítem violencia basada en género.

Tanto en términos generales (donde la presencia femenina, como sujetos, se impone únicamente en el 24% de las noticias) como particulares la presencia de las mujeres en las noticias se ve disminuida en relación a la de los hombres. El hecho de que solamente supere a los hombres en las noticias vinculadas con la violencia basada en género (67% de presencia femenina como sujetos en noticias que incluyen VBG) expone las desigualdades presentes en la sociedad y su retrato en la generación de información. La aparición de las mujeres está marcada por su condición de víctimas de violencia basada en género. Aparece sin embargo una marcada presencia de las mujeres en relación al combate a la violencia como en ningún otro tema. Estos eventos reafirman la necesidad de fortalecer los relevamientos de datos sobre feminicidios.

Los temas que cuentan con menos presencia femenina son deportes (con un 3%) y social y legal (8%). En otras temáticas como economía, política y gobierno, y crimen y violencia, la presencia de las mujeres no llega a alcanzar ni siquiera la mitad que la de los hombres (19%, 27% y 31% respectivamente). En celebridad, artes y medios y ciencia y salud es donde la presencia femenina se acerca más a la masculina (38% y 39% respectivamente).

En 2025, la presencia de mujeres como foco central de las noticias muestra una distribución fuertemente desigual según tema y sexo del/de la periodista. En áreas tradicionalmente jerarquizadas de la agenda informativa, como política y gobierno, las historias con mujeres como protagonistas son prácticamente inexistentes: no se registran casos en los que las notas son realizadas por mujeres periodistas y apenas alcanzan al 3% cuando el periodista es varón.

---

<sup>16</sup> <https://ladiaria.com.uy/feminismos/articulo/2025/5/un-lugar-todavia-reservado-para-los-hombres-solouna-de-las-19-intendencias-estara-encabezada-por-una-mujer/>

Excepto en violencia basada en género (VBG), en ningún otro gran tema aparecen historias con mujeres como foco central. Esto vale independientemente del sexo de quien reporta. Incluso cuando quien escribe es mujer, no hay historias políticas centradas en mujeres.

La presencia general de reporteros, locutores y presentadores de todos los medios de comunicación en Uruguay se distribuye de la siguiente manera: las presentadoras mujeres en medios radiales es de un 17%. En la televisión el porcentaje de presentadoras mujeres asciende a 38%. En los medios escritos de los 6 periodistas identificados el 100% son varones.

Hay una mayor presencia femenina como trabajadoras en los medios que en periodos anteriores, pero como señalamos en el contexto de este informe, en los últimos 5 años se ha profundizado la concentración en la propiedad de los medios de comunicación que constituye en sí una amenaza a la libertad de expresión. En el 2025, 263 trabajadores/as perdieron su trabajo en los medios de comunicación, 54 de ellos fue en prensa escrita. Es una tendencia que se extiende por el país. Esto significa menos posibilidades de empleo y mayor precarización de las condiciones laborales. Significa también menos periodismo, y una preocupante pérdida de pluralismo y diversidad en el sistema mediático.

## **RECOMENDACIONES Y PLAN DE ACCIÓN 2025-2030**

A 30 años de la Plataforma de Acción de Beijing, continúan habiendo en la cobertura, reporte y producción de noticias pocos avances en contenidos y prácticas que desafíen las desigualdades de género que históricamente han caracterizado la producción y difusión de mensajes sobre mujeres en medios de comunicación. La producción mediática y las prácticas profesionales continúan invisibilizando y discriminando a gran parte de la población.

En los próximos años es importante diseñar nuevos abordajes y estrategias para combatir las desigualdades de género en los medios que promuevan representaciones con perspectiva de género y espacios de trabajo donde las mujeres puedan tener mejores condiciones laborales. Los resultados mostraron la necesidad de impulsar cambios institucionales, editoriales y formativos para avanzar hacia una comunicación más igualitaria. En particular es importante responder a la creciente concentración de la propiedad de medios asociada con la extranjerización de los mismos que amenaza la libertad de expresión y limita la incidencia que se puede tener a nivel local para mejorar la calidad de la comunicación y las condiciones de trabajo de las mujeres en este campo.

### **Anexo 1. Metodología**

Durante un ciclo completo de 24 horas, miles de voluntarios desde el Pacífico hasta el Caribe monitorearon los medios de comunicación, sumando las voces de sus países a este importante análisis sobre la representación de género en los medios de comunicación. La séptima edición del GMMP se caracterizó por muchas novedades, destacando las mejoras introducidas en este estudio a lo largo de los años. Por primera vez en el GMMP, la edición de 2025 se basó íntegramente en la captura de datos electrónicos, sin utilizar formularios manuscritos; las hojas de codificación se enviaron al equipo técnico directamente a través de

la plataforma o utilizando la versión en hoja de cálculo de la conocida plantilla de codificación. También fue la primera vez que la mayor parte de la captura de datos en línea fue realizada por equipos nacionales, que se encargaron de más de 12 000 entradas. Otra novedad fue el protagonismo de las noticias en Internet, que superaron a las entradas de radio a nivel mundial y en seis de las ocho regiones, lo que refleja el cambio continuo hacia las fuentes de noticias digitales. A pesar de estas evoluciones, la metodología fundamental del GMMP se ha mantenido constante a lo largo de las décadas, preservando la comparabilidad de los resultados entre las distintas rondas de la encuesta.

### ¿Cómo se llevó a cabo el seguimiento?

La jornada de seguimiento del GMMP reunió a una amplia red mundial de voluntarios, todos ellos comprometidos con responder a la pregunta: ¿cómo se representa el género en un día normal de noticias? Las redes nacionales del GMMP, que abarcan desde equipos de investigación universitarios hasta grupos de defensa de los medios de comunicación, aportaron su profunda experiencia en los ecosistemas mediáticos locales, lo que garantizó que los datos recopilados se basaran en el contexto y captaran con precisión los matices de la cobertura informativa en todo el mundo. En algunas regiones, la colaboración traspasó fronteras: equipos de América Latina y Asia ayudaron a países vecinos con la introducción de datos, lo que garantizó que los conocimientos y los esfuerzos se compartieran allí donde fuera necesario.

En los días previos a la jornada de seguimiento, el equipo de la WACC y los coordinadores regionales impartieron una serie de sesiones de formación sobre la metodología del GMMP. Los equipos nacionales recibieron formación de actualización sobre la metodología de muestreo y los procedimientos de seguimiento, junto con una introducción a los desgloses temáticos actualizados. Los equipos podían elegir entre dos opciones de seguimiento: el seguimiento completo, que ofrecía una visión detallada de la representación de género en los medios de comunicación, o el seguimiento breve, que sólo recogía los indicadores clave del GMMP.

Las sesiones de formación también abarcaron el uso de la plataforma personalizada de recopilación de datos del GMMP, que se utiliza desde 2015. Disponible en inglés, francés y español, la plataforma sirve como sistema central para consolidar las respuestas de los equipos nacionales tras la jornada de seguimiento. El mismo día del seguimiento, los equipos llevan a cabo la captura inicial de datos sin conexión, ya que el debate y la reflexión son una parte fundamental del proceso de seguimiento. Estas sesiones colaborativas permiten a los equipos revisar los resultados, comparar interpretaciones y garantizar la coherencia. Para mantener la precisión, se grabaron boletines de radio y televisión y se recopilaron copias de medios digitales e impresos para su consulta.

Las preguntas del GMMP recogen datos cuantitativos sobre cuatro dimensiones clave de cada noticia: i) Sobre la noticia: el tema, la ubicación y el alcance de la noticia; ii) Sobre las personas que aparecen en la noticia: sujetos y fuentes; iii) Sobre el personal de noticias (locutores, presentadores y reporteros) que aparece en la noticia; y iv) La calidad de la noticia desde una perspectiva de género (estereotipos de género, protagonismo de las mujeres, derechos y ángulos de igualdad de género). Los equipos nacionales también pueden incluir hasta tres preguntas adicionales sobre las personas que aparecen en la noticia, con el fin de explorar cuestiones de interés nacional específico. Además, los equipos proporcionan un contexto cualitativo para facilitar la interpretación, describiendo la agenda informativa del día del seguimiento, sus razones para seleccionar determinados medios de comunicación y las características clave de su sistema mediático nacional. Los equipos también llevan a cabo un análisis cualitativo estructurado siguiendo el marco estándar del

GMMP, complementando los datos cuantitativos con información que ayuda a explicar los patrones y tendencias en la representación de género en los medios de comunicación.

Aunque los equipos no tenían límite en cuanto al número de medios que podían supervisar, se les proporcionó orientación sobre el mínimo recomendado a través de la tabla de bandas de medios del GMMP. El sistema de bandas de medios, introducido por primera vez en 2005, se diseñó para promover una distribución más equilibrada de los datos y proporcionar a cada país orientación sobre el número mínimo de medios de comunicación que debía supervisar. Las bandas se determinaron en función del número total de cada tipo de medio de comunicación en cada país. A lo largo de los años, la investigación documental ha servido de base para recopilar estas cifras, que luego se validaron con los equipos nacionales. Para esta edición, muchas de las bases de datos de investigación sobre medios de comunicación en las que se había confiado anteriormente estaban desactualizadas, lo que nos llevó a recurrir a las bases de datos históricas del GMMP como referencia para los medios de comunicación relevantes a nivel nacional. Esta lista fue revisada y confirmada por los coordinadores nacionales y regionales.

En varios países, el número de medios de comunicación relevantes para este estudio ha disminuido desde el año 2020, lo que refleja los cambios en el panorama mediático. En consecuencia, se redujo el número de bandas de medios de comunicación; por ejemplo, las bandas de medios de radiodifusión se redujeron de cinco a tres. En cuanto a las noticias en Internet, los países se clasificaron según las tasas de uso de Internet publicadas por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) y se agruparon en las bandas de medios correspondientes.

### Conclusión

Desde aulas y oficinas hasta espacios virtuales compartidos, la red GMMP convirtió un día cualquiera de noticias en una instantánea representativa a nivel mundial del género en los medios de comunicación. Este logro no habría sido posible sin la dedicación de miles de voluntarios, cuyo cuidadoso y diligente seguimiento de los medios de comunicación de todo el mundo sostiene esta importante tradición de monitorización de los medios.

## Anexo 2. Lista de monitoras y monitores

Mariana Achugar, Mercedes Altuna, Lucía Arroyo, Maite Capandeguy, Miranda Carpenter, Francesca Cassariego, Lilián Celiberti, Agustina Huertas, Laura Manzino, María Natalia Rodríguez, Ana Taranto, Julieta Núñez Tomas, Mathias Umpierrez y Natalia Uval.

## Redacción del informe

Mariana Achugar, Mercedes Altuna, Lucía Arroyo, Francesca Cassariego, Lilián Celiberti y Julieta Núñez Tomas.



**FB** [@Global.Media.Monitoring.Project](#)

**X** [@whomakesthenews](#)

**Instagram** [@gmmpglobal](#)

Observatorio de Medios del Uruguay

Universidad de la República

San Salvador 1944

Montevideo 11200

URUGUAY

<https://omu.fic.edu.uy/>

[@OMediosUruguay](#)

WACC  
80 Hayden Street  
Toronto  
ON M4Y 3G2  
Canada

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

Cotidiano Mujer

[secretaria@cotidianomujer.org.uy](mailto:secretaria@cotidianomujer.org.uy)

[www.cotidianomujer.org.uy](http://www.cotidianomujer.org.uy)

