



GMMP+30



Panama

INFORME NACIONAL



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



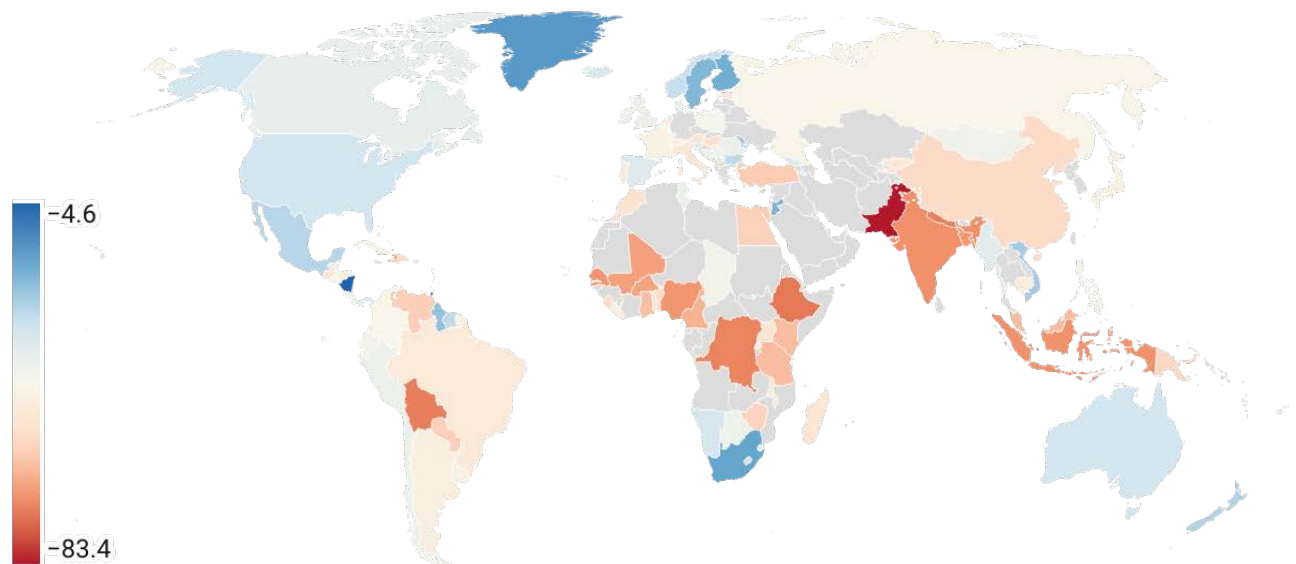
Con el apoyo de



Tabla de contenido

PREFACIO	1
CONTEXTO REGIONAL	6
CONTEXTO NACIONAL	12
RESUMEN EJECUTIVO	14
UN DÍA EN LAS NOTICIAS EN PANAMÁ	17
EL CONTEXTO DE LOS MEDIOS	18
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	19
I. TEMAS EN LAS NOTICIAS	19
II. SUJETOS Y FUENTES DE NOTICIAS	20
1. Las mujeres en las noticias	20
IV. PERIODISTAS	28
V. PRÁCTICA PERIODÍSTICA: SOBRE LA CENTRALIDAD DE LAS MUJERES, LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO Y LA INFORMACIÓN BASADA EN DERECHOS	32
CONCLUSIONES	35
Anexo 1. Metodología	37
¿Cómo se llevó a cabo el seguimiento?	37
Anexo 2. Lista de monitoras en Panamá	39

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 noticias¹. 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, 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.**

¹ 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>

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, dismantlar 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, 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 influye 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

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

Decir que América Latina es la región más desigual del mundo es un lugar común. Sin embargo, los datos disponibles confirman las desigualdades y violaciones a los derechos humanos que viven los 17 países latinoamericanos. Esta realidad social, económica y política no es ajena a los medios de comunicación.

Recientemente, en la XVI Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y el Caribe, realizada en México en agosto de 2025, los países 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 en los ámbitos político, económico, social, cultural y ambiental.

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.” A las desigualdades en materia económica y social se suman condiciones políticas con graves implicaciones para quienes producen las noticias.

Una de las esferas de mayor avance en la región es en el ámbito político, muestra de ellos es la llegada de Claudia Sheinbaum Pardo, primera mujer presidenta de México y Xiomara Castro en Honduras. Empero, es desde el ámbito político desde donde se han emprendido acciones contra la libertad de expresión. Casos como Javier Milei en Argentina o Nayib Bukele en El Salvador llaman la atención.

La avanzada de políticas conservadoras y anti derechos y de gobiernos autoritarios hacen de esta región una zona de riesgo para quienes defienden los derechos humanos, entre ellos, la libertad de expresión.

En este contexto, la Relatoría para la Libertad de Expresión (RELE) de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (Informe anual, 2024) ha expresado su profunda preocupación por la persistencia de elevados índices de violencia letal contra periodistas en la región que tan solo en 2024 cobraron la vida de 22 periodistas: ocho en México, siete en Colombia, tres en Haití, dos en Honduras, uno en Ecuador y uno más en Jamaica. Destacan Cuba, Nicaragua y Venezuela por la “erosión del sistema democrático” con ausencia de garantías para el ejercicio de la libertad de expresión y otros derechos.

La estigmatización de la defensa de derechos y de las y los periodistas ha convertido a la región en un campo minado donde las opciones son reproducir la narrativa gubernamental, censura, llevando al desplazamiento forzado o bien el exilio e incluso al abandono de la profesión. Preocupa particularmente el incremento de la violencia digital. En todas, con un impacto diferenciado y agravado para las mujeres periodistas.

La RELE señala “el deterioro del ambiente para el ejercicio de la libertad de expresión en la región, caracterizado por la baja tolerancia de quienes ejercen funciones públicas y liderazgos políticos hacia las críticas y los procesos deliberativos. Esta tendencia ha venido acompañada de una creciente centralización del discurso público en manos de la voz oficial, que con frecuencia califica a la prensa como “mentirosa”, “corrupta” o “enemiga”.

La prensa en toda la región se enfrenta a gobiernos que utilizan los medios de comunicación para amplificar sus narrativas estigmatizadoras de la labor periodística y la defensa de los derechos humanos. Se han hecho frecuentes las estrategias legales y judiciales para obstaculizar la búsqueda de información y el impulso de leyes que pretenden limitar su labor.

De acuerdo con 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 Argentina, el gobierno encabezado por Milei, tomó acciones como el cierre del Ministerio de Mujeres, Género y Diversidades en un país donde tan solo en 2023 se registraron 250 casos de feminicidio. Se suma a esta medida, el silenciamiento a las páginas web y redes sociales de los medios públicos y el desmantelamiento de la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual y la agencia pública de noticias Télam en 2024.

En Bolivia el panorama no es diferente. De acuerdo con Reporteros sin Fronteras, “el periodo de convulsiones y de inestabilidad política provocado por el exilio forzado del ex presidente Evo Morales, a finales de 2019, y cerrado con la elección de Luis Arce, investido en noviembre de 2020, ha estado marcado por numerosos ataques contra la prensa: intimidaciones, hostigamiento, agresiones físicas, robo de material, y censura en radio y televisión.

El Informe de la Violencia contra Periodistas y la Libertad de Prensa en Brasil de la Federación Nacional de los Periodistas (FENAJ), referente al año 2024, analizó un escenario de agresiones, intimidaciones y censura, registrando 144 casos de ataques contra profesionales, lo que representa la cifra más baja en los últimos seis años. A pesar de la caída en relación con el pico de violencia durante el gobierno anterior, el panorama sigue siendo alarmante, y la reducción debe observarse con cautela debido a tendencias preocupantes, como el aumento de la violencia judicial y los ataques dirigidos a mujeres periodistas. El espectro político de derecha y extrema derecha continúa en la cima de la lista de agresores, siendo responsable de más del 40% de los casos.

Entre los tipos de violencia más recurrentes se encuentra el acoso judicial (asedio judicial), que representa cerca del 15,97% de los casos. Esta instrumentalización del sistema de justicia por parte de políticos, empresarios y líderes religiosos se utiliza como herramienta

de intimidación y censura, con el objetivo de silenciar a los profesionales mediante procesos judiciales abusivos. Correlativamente, la categoría que presentó el mayor crecimiento proporcional fue la censura, que se duplicó con creces, pasando de 5 a 11 casos. Además, hubo un total de 30 casos de agresiones físicas y 27 amenazas directas presenciales. Si bien no se registró ninguna muerte de periodistas, ocurrieron situaciones de alto riesgo, como un periodista amenazado con un arma por un concejal, el automóvil de un equipo de televisión impactado por disparos de bala durante una cobertura y ráfagas de balas disparadas contra la residencia de otro profesional.

La transición democrática en Chile, impacta a los medios en el país. Las políticas emprendidas por Gabriel Boric distan de la promesa de la defensa a la libertad de expresión. Cristóbal Chávez Bravo y Claudia Lagos Lira (CIPER, 2025) apuntan la poca tolerancia de la clase política a las críticas y el uso de plataformas digitales y redes sociales para producir contenidos a favor del presidente. Una ola digital que se presenta en otros países.

La llegada de Francia Márquez a la Vicepresidencia de Colombia en 2022 generó gran expectativa sobre la transformación gubernamental. Su figura, mujer afrodescendiente, lideresa social y ambiental, portadora de reivindicaciones históricamente marginadas, condensó narrativas de justicia racial, de género y territorial que adquirieron centralidad en el espacio mediático. Sin embargo, su ascenso también dejó al descubierto las estructuras persistentes de racismo y sexismo estructural en el país, así como las tensiones políticas que marcaron el nuevo gobierno.

En este escenario, la disputa discursiva entre Presidencia y prensa se intensificó. Como señala Johansson Cruz Lopera (2023), “la relación entre el presidente Gustavo Petro y los medios de comunicación ha sido tensa desde el comienzo de su mandato [...] Petro ha criticado repetidamente a los medios por lo que considera una cobertura parcial y sesgada [...] y los ha acusado de ser parte de una campaña de desinformación comprometida con intereses económicos y políticos”.

Esta tensión institucional, sumada al sesgo histórico de los medios nacionales hacia liderazgos afro y femeninos, configuró un entorno informativo altamente polarizado. Frente a ello, Juan David Cárdenas, Danghelly Zúñiga y Javier Ferreira (Cárdenas Ruiz, 2025)² identificaron que en la cobertura internacional de Francia Márquez se amplificó su visibilidad desde claves interseccionales, afectivas y algorítmicas, otorgándole un encuadre más favorable que contrastó con las narrativas locales dominadas por la estigmatización y el conflicto.

El incremento de la violencia en Ecuador, con la tasa más alta de América Latina marca el gobierno de Daniel Noboa. Apagones de luz, aumento de los costos de la canasta básica y de los combustibles, falta de credibilidad en actorías políticas, crisis en el sector carcelario, caracterizan el país. A eso se suma como consecuencia, el incremento de casos de femicidio y la violencia contra las mujeres. Se evidencia un debilitamiento general de la confianza de la gente en los medios de comunicación y plataformas digitales, motivada por la proliferación de noticias falsas y la falta de veracidad y consistencia de las fuentes informativas.

² Estudios sobre el Mensaje Periodístico. Próxima publicación

La situación se agudiza en contextos de autoritarismo, es el caso de El Salvador donde el gobierno de Bukele ha emprendido una persecución contra el medio digital más importante del país, El Faro.

Angélica Cárcamo, colaboradora de El Faro (1 de septiembre 2020) señala “La existencia de periodistas y medios independientes es crucial para supervisar, investigar y cuestionar las acciones realizadas por las administraciones públicas. Es por ello que los gobiernos están llamados a generar garantías para el cumplimiento de la libertad de expresión, prensa y el acceso a la información. En El Salvador, sin embargo, la situación actual plantea más bien retrocesos.”

Esta realidad se vive en toda la región. En Guatemala persiste la concentración de la propiedad corporativa de los medios. En consecuencia, la agenda informativa responde a miradas hegemónicas que no reflejan las realidades y diversidad de la población.

Reporteros sin Fronteras (2025) señala que, Bernardo Arévalo, al comienzo de su gobierno facilitó el acceso a la información gubernamental. “... autorizó una visita de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), con la participación del Relator Especial para la Libertad de Expresión, la primera de este tipo en ocho años”. Firmó la Declaración de Chapultepec; sin embargo, sigue sin aprobarse la política pública de protección a periodistas y persiste la criminalización contra comunicadoras/es y periodistas independientes, comunitarios e indígenas que denuncian corrupción, efectos de proyectos extractivos y/o cubren las demandas de movimientos ciudadanos en defensa de la democracia.

La Red Rompe el Miedo, entre enero a julio de 2024, registró 34 agresiones contra periodistas. “Las principales amenazas procedían de funcionarios públicos y fuerzas de seguridad, con agresiones que incluyen intimidación, amenazas y acoso legal. Estas agresiones han llevado a los periodistas a autocensurarse y ha mermado la calidad de la información disponible para el público”. Además, un considerable número se encuentra en el exilio y José Rubén Zamora, ex director de El Periódico, desde hace tres años está encarcelado de manera arbitraria.

La misma organización refiere que la prensa hondureña “vive un lento descenso al infierno desde hace más de una década, tras el golpe de Estado de 2009”. Honduras sigue siendo uno de los más peligrosos para el ejercicio periodístico. Como en el resto de región, la concentración mediática en manos de políticos, empresarios y grupos religiosos, así como el cierre de publicidad oficial, limitan la labor periodística.

El avance de las mujeres en la política es un elemento crucial para su presencia en la agenda noticiosa. Este es el caso de México, país que vive el primer gobierno liderado por una mujer, Claudia Sheinbaum Pardo.

Con la primera presidenta, la igualdad de género se ha hecho un tema recurrente al menos en la narrativa oficial. “Llegamos todas” es el eslogan que se repite en cada foro institucional, aunque esto no se vea reflejado en la política pública toda vez que la violencia contra las mujeres no se reduce y el plan de gobierno y su presupuesto no garantiza partidas específicas para ello.

En 2025, el país vivió otro hecho histórico, la primera elección del poder judicial. Con la paridad legislada, la participación de las mujeres en ese proceso electoral también lavó su presencia mediática con diferentes enfoques: como analistas, como participantes del proceso, pero también, cada vez con mayor intención social y mediática, como políticas señaladas por casos de corrupción y violencia.

En este contexto, Comunicación e Información de la Mujer A.C (CIMAC) ha alertado de la violencia agudizada contra la prensa. En su último informe sobre violencia contra mujeres periodistas, Las formas del asedio (2025) encontró “un patrón sostenido de hostilidad institucional y sociopolítica” el cual registró «el doble de agresiones que el periodo anterior» acumulando mil 189 casos, de los cual 47 casos ocurrieron durante su conferencia Mañanera, además de un aumento de 117% respecto a los 548 casos presentados durante la administración anterior de Enrique Peña Nieto.

La Federación por la Libertad de Expresión y Democracia en Nicaragua (2024) ha llamado la atención sobre la erosión de la libertad de prensa en ese país. “A pesar de una ligera disminución en el número de casos de violaciones reportados en comparación con 2023, esta reducción es un espejismo que oculta una realidad más inquietante: el aumento de la autocensura entre periodistas y medios de comunicación”.

Nicaragua no escapa de los discursos estigmatizantes de la labor periodística que generan un ambiente hostil que logra silenciar las voces críticas, las agresiones físicas, el abuso policial y otras formas de represión mediante desapariciones forzadas, desplazamientos forzados y detenciones arbitrarias

En Panamá, el Centro de Comunicación y Derechos (CeCoDes), alertó del bloqueo informativo y de la restricción de las telecomunicaciones en Bocas del Toro, que afectó a unas 200 mil personas directamente y que fue ejecutada por la Autoridad de los Servicios Públicos, ASEP, el 20 de junio de 2025 por orden del Presidente de Panamá José Mulino, como parte de las medidas que incluyeron la suspensión de las garantías constitucionales, para controlar la caribeña provincia, una de las más empobrecidas del país, después de 2 meses de protestas en rechazo a la Ley 462 que convirtió las cotizaciones de la seguridad social en cuentas individuales administradas por entidades financieras. Es notable el avance de grupos específicos en el poder, como lo son el sector empresarial y los grupos antiderechos.

La agencia Presentes (2024) ha denunciado el avance de los grupos antiderechos en el primer año de gobierno de Santiago Peña en Paraguay, país donde se han impulsado leyes anti organizaciones no gubernamentales y la defensa de derechos humanos. La Coordinadora de Derechos Humanos del Paraguay, señala que “las milicias digitales del cartismo buscaron instalar en las redes sociales una serie de narrativas desinformantes. Entre ellas, el relato de la defensa de la soberanía de agentes extranjeros que pretenden colar la «ideología de género”. La desinformación, sumada al espacio que ganan las narrativas conservadoras, constituyen atentado a los derechos humanos ganados en años recientes y una avanzada de narrativas que pretenden excluir a las mujeres de los espacios públicos.

Como en Paraguay, en toda la región se alerta del uso de los medios de comunicación como una herramienta usada estratégicamente para invadir el espacio digital con mensajes estigmatizantes de la labor de defensa de derechos humanos y la libertad de prensa.

Silvia Higuera, en Latam Journalism Review (20 de abril de 2025) afirma que “los tres poderes del Estado peruano están acusados de lanzar ataques a periodistas. En la imagen aparecen la presidenta Dina Boluarte, el Palacio de Justicia y el Congreso”. Los ataques se expresan en demandas judiciales, leyes restrictivas y ataques verbales perpetrados por políticos, incluida la presidenta.

El último Índice de Chapultepec de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), que estudia anualmente la situación de la libertad de prensa en el continente, confirmó un grave retroceso en las libertades de prensa y expresión en Perú.

De acuerdo con Reporteros Sin Fronteras (RSF), Perú ha tenido un descenso en picada: del puesto 77 que ocupaba en 2022 pasó al 110 en 2023. Y para 2024 ya estaba en el puesto 125 entre 180 países. “El periodismo de investigación se mantiene en medios digitales, y aumenta el uso de redes sociales para coberturas en vivo, mientras que la desinformación persiste.”

Mientras tanto, en Uruguay, la aplicación de la nueva Ley de Medios (2024) fue calificada como una amenaza contra los medios, la imposibilidad de crear nuevos medios y el fortalecimiento de los monopolios mediáticos. El índice Chapultepec señala que en Uruguay “pese al buen clima que existe en el país en cuanto al ejercicio de la libertad de expresión aún existe una concentración de medios y las amenazas leves como discursos degradantes hacia los periodistas”.

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

CONTEXTO NACIONAL

En el contexto nacional, según el ranking internacional de 2023, Panamá presenta avances en materia de desarrollo humano, pero mantiene rezagos considerables en el problema de la equidad de género. Esto se refleja con la posición número 94 en el índice de desigualdad de género en una lista de 193 países, pese al crecimiento económico que marca el PIB del país canalero. Esta situación, mantiene las brechas entre hombres y mujeres en el territorio panameño en ámbitos como oportunidades económicas, participación social y política y acceso a los procesos de toma de decisiones. Esta diferencia significativa entre desarrollo humano y equidad de género, sugiere que la riqueza económica y el desarrollo social no se distribuyen de manera equitativa entre los diversos sectores de la población, en especial entre la más afectada por las consecuencias de la desigualdad social, lo que restringe las posibilidades del ejercicio efectivo de la democracia y del acceso al modelo económico y social del desarrollo sostenible.

Mientras, la ubicación de Panamá en el puesto 59 dentro del índice mundial de desarrollo humano, revela un nivel medio-alto de bienestar, acceso a la educación formal y esperanza de vida progresiva en comparación con la mayoría de los países evaluados. Sin embargo, por ejemplo, el hecho de ocupar la posición 50 en el índice de mortalidad materna, advierte que existen pendientes importantes en el sistema de salud panameño, especialmente en atención a las mujeres embarazadas y en la provisión de servicios de salud oportunos y de calidad para la población.

La concentración de estos datos, evidencia las realidades dispares de un país con avances estructurales y económicos, pero con deudas concentradas hacia las mujeres, lo que subraya la urgencia de implementar con mayor efectividad, políticas públicas focalizadas en reducir las desigualdades que más impactan a la mitad de la población del país.

Cabe resaltar que todo lo anterior, podría tener una relación directa con la infrarrepresentación de las voces de las mujeres y sus problemas, en los medios noticiosos de Panamá.

El Estado panameño frente al Capítulo J de la Plataforma de Acción de Beijing

En el año 2024 el Ministerio de la Mujer de la República de Panamá, presentó el Informe de Avances ante la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing, el cual sistematiza el progreso impulsado por el gobierno nacional y los desafíos encontrados para la implementación de la Plataforma de Acción de Beijing (PAB). Dentro del informe se plantean, además de las acciones realizadas a nivel gubernamental y en alianza con la sociedad civil, los compromisos que Panamá ha asumido para cumplir con el Capítulo J de la PAB, sobre La Mujer y los Medios de difusión, como una de las esferas de especial preocupación de la PAB.

En el documento, se detallan los avances y compromisos clave planteados por Panamá dentro de la política pública de Igualdad de Oportunidades para las Mujeres (PPIOM). Dentro de esa política, en el Eje 2, se enfocan específicamente en la comunicación y se proponen **promover una comunicación no discriminatoria** en los medios de comunicación social, la publicidad y las tecnologías digitales, **libres de estereotipos**

sexistas y que promuevan los derechos humanos, la equidad y la igualdad de género.

Por otra parte, como avances y medidas concretas realizadas durante los últimos cinco años (2020-2024), el informe indica que se centraron en la lucha contra los estereotipos, la promoción del lenguaje inclusivo y el aumento de la participación de las mujeres y las niñas, especialmente en el ámbito digital. Esto mediante la apertura de 400 centros de servicios informáticos (Infoplazas) en todo el país, incluidas comunidades de difícil acceso, donde el 51% de las personas usuarias son mujeres.

La sociedad panameña participa por primera vez en el Monitoreo Mundial de Medios

Por último, en la séptima edición del Global Media Monitory Project (GMMP), o del Proyecto del Monitoreo Mundial de Medios, el Centro de Comunicación y Derechos (CeCoDes), organizó el monitoreo de los medios noticiosos panameños. En esta primera ocasión, se analizaron las noticias de siete de los medios informativos más importantes del país y se presentaron los resultados públicamente, en la Sala principal de la Biblioteca Interamericana Simón Bolívar de la Universidad de Panamá, ante la presencia de autoridades universitarias, representantes del cuerpo diplomático, organizaciones de defensa de los derechos humanos, feministas, activistas, docentes y estudiantes. Asimismo, CeCoDes se comprometió a continuar y ampliar el monitoreo de las noticias en Panamá en la próxima versión del GMMP en el año 2030.

El Centro de Comunicación y Derechos, es una organización defensora de derechos humanos, enfocada en el fortalecimiento del ejercicio del derecho humano y ciudadano a la comunicación de la sociedad panameña (artículo 19 de la Declaración Universal de los DDHH), así como a la promoción de la Alfabetización Mediática, Informacional, Comunicacional y al Diálogo Intercultural. Nace a finales de 2023 en la Ciudad de Panamá, con los principios de la comunicación y la educación popular, la participación ciudadana, el ecologismo, el feminismo y la solidaridad internacional.

RESUMEN EJECUTIVO

Datos generales del monitoreo

El 6 de mayo de 2025 en Panamá, se monitorearon los siguientes medios informativos: Diario La Prensa, La Estrella de Panamá, noticiero estelar de TVN Noticias, noticiero estelar de Ser Tv, noticiero central de RPC Radio, noticiero vespertino de Radio Panamá y el portal web de telemetro.com hasta las 2:30 de la tarde. En estos 7 medios masivos, se reportaron un total de 150 noticias; la mayoría en televisión con 60 notas informativas, 59 en noticieros radiales, 25 noticias en periódicos impresos y 6 en el portal web noticioso. Así mismo se analizaron 246 fuentes; 97 en los noticieros de los canales de televisión, 78 en la prensa escrita, 60 fuentes identificadas en radio y 11 en el sitio web informativo. Por último, se contabilizaron 153 personas reporteras; la mayoría en televisión con 63, seguidas por la radio con 59, periódicos impresos con 25, mientras que en el portal web se contabilizaron 11 personas reporteras.

Los temas que predominaron en los medios panameños fueron: *Política y gobierno* con 28% del contenido noticioso; *Social y legal* con 17% de las noticias; *Crimen y violencia* con 16%; seguido de *Economía* con 15% del contenido informativo; mientras que las noticias sobre *Ciencia y salud* solo alcanzaron 9% de los contenidos periodísticos. En adelante, los temas minoritarios fueron las noticias sobre *Violencia Basada en Género* con 5% de las notas; *Deportes* con 4% de los contenidos informativos; *Celebridades, artes y medios* con 3% y finalmente el 3% restante de las noticias, no pudo ser clasificado en ninguna de las categorías temáticas.

1. Noticias con mujeres en el centro de la historia

Por otra parte, en los casos en que las mujeres son las protagonistas de la información, el monitoreo demostró que las mujeres en Panamá alcanzan apenas el 20% de los contenidos en la prensa escrita, el 15% en los noticieros de televisión y el 7% de las noticias emitidas en la radio. En fin, las mujeres están infrarrepresentadas en todos los tipos de medios de comunicación.

En tanto los tópicos donde más aparecen las mujeres como el centro de la información, son en las noticias sobre *Violencia de género*, con 39% de las notas. Seguidas de las informaciones sobre *Arte, medios y celebridades*, con 22% de las noticias; *Política y gobierno* y *Ciencia y salud*, con 11% de las informaciones respectivamente. En cuanto a los temas *Legal y social*, *Crimen y violencia* y *Deportes*, la mujer fue protagonista solo en 6% de las notas publicadas en sendas áreas. Mientras que, en *economía*, las mujeres no fueron el foco central en ninguna noticia publicada el día del monitoreo.

1.1. Noticias donde se hizo mención de la inequidad de género

En las noticias, los temas en donde se hizo mención de la equidad e inequidad de género fueron las categorías temáticas de *política y gobierno*, con 40%; *social y legal*, con 22% de las notas. Finalmente, *economía*, donde en este grupo se identificaron 13% de las noticias.

1.2. Noticias sobre violencia hacia las mujeres, donde se mencionan políticas públicas y derechos

En las noticias sobre violencia de género, las políticas de igualdad y los derechos humanos se mencionaron en más de la mitad de los casos de abuso y violencia sexual (56%), en 38% de las notas sobre hechos graves como femicidios y trata, y en 33% de las noticias de violencia ejercida por la pareja.

2. Personas en las noticias

2.1. Las mujeres en las noticias

En Panamá, la presencia general de las mujeres en las noticias fue de 33%, mientras que los hombres estuvieron en 67% del total de los contenidos informativos de los medios analizados. La mujer encabeza el tema de *violencia de género; ciencia y salud; social y legal*. Los hombres predominaron en *deportes; política y gobierno; crimen y violencia y economía*.

2.2. Mujeres y hombres, como fuentes en las noticias

Los hombres son consultados como fuentes con mucha mayor frecuencia que las mujeres en todos los medios. La televisión presenta la mayor presencia femenina (45%), mientras que en radio solo alcanzan 20%. En contraste, los hombres dominan como fuentes en todos los tipos de medios.

2.3. Función de la persona en las noticias, por sexo

Las mujeres protagonizan solo 27% de las noticias y suelen aparecer como testigos o aportando testimonios personales. Los hombres concentran las funciones de mayor autoridad, como voceros (70%) y expertos (67%).

2.4. Rangos etarios en que mujeres y hombres son entrevistados

Las mujeres son entrevistadas mayormente entre los 13 y 30 años, mientras que los hombres predominan a partir de los 51 años y hasta edades avanzadas. Ninguna mujer mayor de 80 años fue entrevistada, a diferencia de varios hombres.

2.5. Rangos etarios de mujeres y hombres entrevistados en televisión

Las mujeres son entrevistadas mayormente entre los 13 y 30 años, mientras que los hombres predominan a partir de los 51 años y hasta edades avanzadas. Ninguna mujer mayor de 80 años fue entrevistada, a diferencia de varios hombres.

2.6. Personas en las noticias identificadas por su relación familiar

El 11% de las mujeres fueron descritas por su rol familiar, frente a solo 5% de los hombres, mostrando una tendencia a asociar más a las mujeres con este tipo de identidad.

2.7. Personas presentadoras y personas reporteras, por sexo y tipo de medio

Las mujeres son mayoría en la prensa escrita (60%) y en televisión (56%), pero tienen una presencia muy baja en radio (17%), donde predominan los hombres.

2.8. Solo personas reporteras, por sexo y tipo de medio

En general, 61% de quienes reportan noticias son hombres. Las mujeres tienen mayor presencia en periódicos (60%), menos en televisión (33%) y mucho menos en radio (18%). En el medio digital analizado, todas las reporteras fueron mujeres.

3. Preguntas especiales

3.1. Presencia de personas racializadas

Solo 6% de las noticias incluyó a personas afrodescendientes o indígenas, lo que evidencia una representación precaria.

3.2. Presencia de grupos conservadores

No se identificó a ninguna persona vinculada a grupos conservadores, lo que refleja la falta de autoidentificación pública de estos actores.

3.3. Presencia de personas con discapacidad en las noticias

No se registró la presencia de ninguna persona con discapacidad como fuente o sujeta en ninguna noticia, lo que demuestra su exclusión de la agenda mediática.

UN DÍA EN LAS NOTICIAS EN PANAMÁ

Durante el 6 de mayo de 2025 en Panamá, día del monitoreo, el enfoque estuvo en temas políticos y en el desarrollo del estallido social que se estaba viviendo., ya que, en marzo de 2025, la Asamblea Nacional aprobó la Ley No. 462, que cambió el sistema de pensiones y de seguridad social, de un sistema solidario y mixto a un sistema de cuentas individuales manejadas por la banca privada. Luego de esto, el sindicato de trabajadores de la industria de la construcción, SUNTRACS y los gremios de docentes y profesores de las escuelas públicas, iniciaron un paro de labores a finales de abril.

Por lo tanto, en los primeros días de mayo el contexto era de: protestas en las calles, conflicto entre los sectores populares y el sector empresarial, la huelga de los trabajadores de la construcción y la huelga de los docentes y los estudiantes también apoyando en las calles. Mientras, los voceros del gobierno y de las cámaras empresariales, lanzaban amenazas contra la población que se manifestó en contra de la privatización de las jubilaciones de los trabajadores y las trabajadoras.

EL CONTEXTO DE LOS MEDIOS

En Panamá no existen medios independientes y los medios tradicionales, con concesiones de los servicios públicos de radio y tv, están concentrados entre medios comerciales y los medios de las iglesias. No obstante, este año 2025, el canal de la Iglesia Católica FeTv, lanzó un noticiero que presenta diversos temas y voces de la realidad, por lo menos de lo que sucede en la Ciudad de Panamá. En cuanto a la prensa escrita, hay dos periódicos importantes: La Estrella y La Prensa. Los demás son tabloides con enfoque principalmente sensacionalista. En la radio, solo 8 emisoras tienen noticiero. Y en cuanto a medios digitales, la mayoría de las cuentas periodísticas, no vinculadas a los medios tradicionales, no presentan un mínimo de calidad y equilibrio informativo.

En el caso de Panamá se monitorearon los siguientes medios:

Periódicos:

- La Estrella de Panamá (es el diario de mayor longevidad en Panamá, fue fundado en 1849 bajo el nombre The Panama Star). Este periódico impreso cuenta con sitio web y redes sociales. Es uno de los dos más importantes del país.
- Diario La Prensa, fundado por grupos relacionados al sector empresarial. Es otro de los dos periódicos más importantes del país. Este diario impreso también cuenta con sitio web y redes sociales activas.

Televisión:

- Noticiero de TVN Canal 2, es uno de los dos más importantes del país, entre las televisoras comerciales de señal abierta.
- Noticiero de SERTV (canal público), Sertv o Canal 11 es el canal gubernamental.

Portal de internet:

- [Telemetro.com](https://www.telemetro.com) portal sitio web, es la plataforma digital del canal de televisión comercial en TV abierta, Canal 13, perteneciente a la corporación MEDCOM. Es uno de los portales de noticias de medios tradicionales más actualizados. Su información tiene impacto en las redes sociales. Otros medios noticiosos nativos digitales, que sean formales y con una mínima calidad periodística, son difíciles de encontrar.

Radio:

- RPC Radio, Es la emisora radial noticiosa, en funcionamiento, más antigua del país, con mayor tradición, trayectoria y credibilidad en noticias. Tiene corresponsales en diferentes partes del territorio nacional.
- Radio Panamá, tiene una trayectoria aproximada de 10 años y 3 noticieros al día. Entre las emisoras de radio que tienen noticieros, es una de las más escuchadas.

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

I. TEMAS EN LAS NOTICIAS

1. Política y Gobierno, lo más publicado en las noticias en Panamá

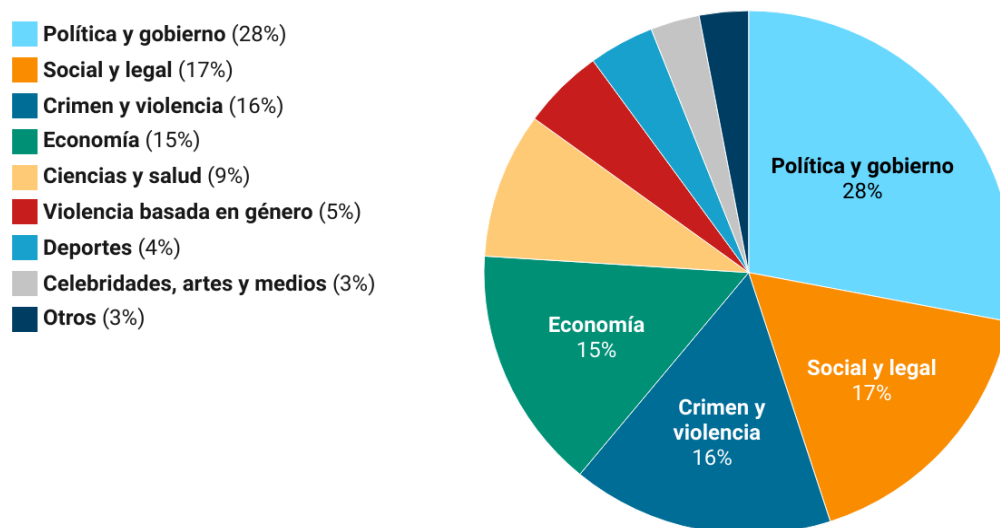


Chart: CeCoDes • Source: Global Media Monitoring Project Team • Created with Datawrapper

Durante el día del monitoreo, la mayoría de las noticias publicadas fueron sobre el tema de Política y Gobierno, con 42 de las 150 notas analizadas. Lo que representó 28 % de las noticias difundidas el 6 de mayo en Panamá. Si lo vemos por tipo de medio, en los noticieros radiales el tema político y gubernamental abarcó 44% de sus emisiones, en los medios digitales fueron 33% de sus publicaciones, en la prensa escrita 32% de sus noticias se concentraron en los asuntos de gobierno y políticos y en la televisión solo 13% de los contenidos noticiosos se ubicaron en esta categoría. Cabe destacar, que en la televisión la mayor parte de sus noticias versaron sobre temas Sociales y Legales, al alcanzar 25% de sus temas. Mientras que en el portal de internet, las noticias se enfocaron principalmente en el tema económico, con 50% de sus publicaciones.

En segundo lugar, el tema más publicado fue el **Social y Legal**, con 25 de las 150 noticias estudiadas el día del monitoreo. Lo que significó 17 % de las publicaciones del 6 de mayo. Por tipo de medio, como se indicó, en la televisión los problemas sociales y legales representaron 25% de las noticias, en la radio 15% del noticiero, en la prensa escrita 4% de las noticias publicadas y ninguna nota sobre este asunto en el portal web estudiado.

El tercer tópico más difundido fue Crimen y Violencia (sin incluir la violencia basada en género), con 24 de las 150 noticias monitoreadas, que representan 16 % del total de las publicaciones en Panamá. Según el tipo de medio, los hechos violentos cubrieron 24% de las notas de la prensa escrita, 20% de las noticias de radio, 10% en los noticieros de televisión y 0% en internet.

En cuarto lugar, estuvo el tema económico, con 22 de las 150 noticias monitoreadas, lo que alcanzó apenas el 15 % del total de las informaciones en Panamá. Por tipo de medio, en el portal web de noticias analizado, 50% de sus noticias fueron sobre economía y en la prensa escrita se evidenció que solo 20% de sus notas fueron sobre este importante asunto.

Mientras que, en los noticieros televisivos 15% del contenido correspondió a la situación económica y en la radio escasamente 8%.

En quinto lugar, quedaron las notas sobre Ciencia y Salud, con 13 de las 150 noticias, es decir apenas 9 % del total. Por tipo medio, en internet las notas de esta especialidad alcanzaron a 17% de su contenido, en los noticieros radiales 10% de sus emisiones, en los periódicos 8% de las noticias publicadas y en los canales de televisión la Ciencia y la Salud abarcó a sólo 7% de sus contenidos.

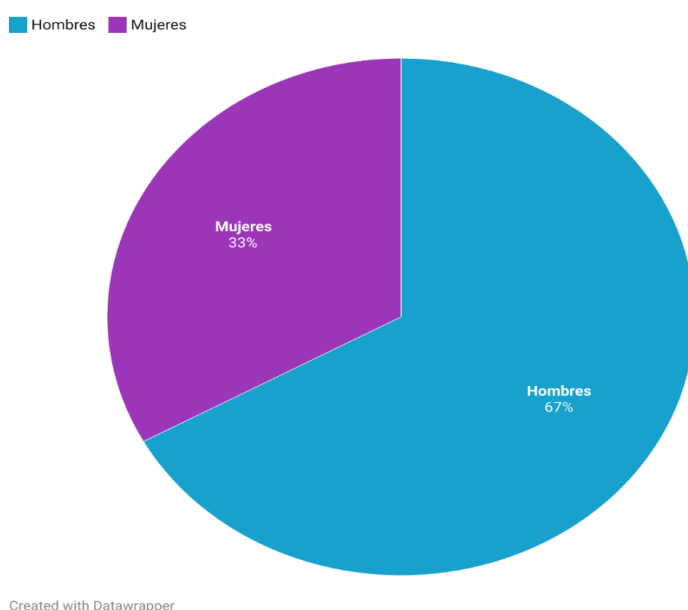
En la sexta posición estuvieron las noticias sobre Violencia Basada en Género, apenas con 8 notas dentro de las 150 noticias publicadas en los medios panameños. Lo cual representa 5 % del total. En el medio que hubo más notas sobre este tema, fue en la televisión con 8% de sus noticias y la radio con 3% del total de sus contenidos noticiosos. Mientras que en la prensa escrita y en internet, no se publicaron notas sobre el problema social de la Violencia de Género.

Por último, estuvieron las noticias sobre Deportes, con 6 notas de las 150, todas reportadas en los noticieros de televisión, que representaron 4% de los contenidos. Por su parte, la categoría de Celebridades, artes y medios, contó con 5 notas, tres publicadas en la prensa escrita y dos en los noticieros de televisión, que cubrieron 3% de los contenidos. Finalmente, se registraron 5 noticias sin clasificar en ninguno de los ocho grandes temas categorizados, que representaron 3% de las informaciones publicadas el 6 de mayo.

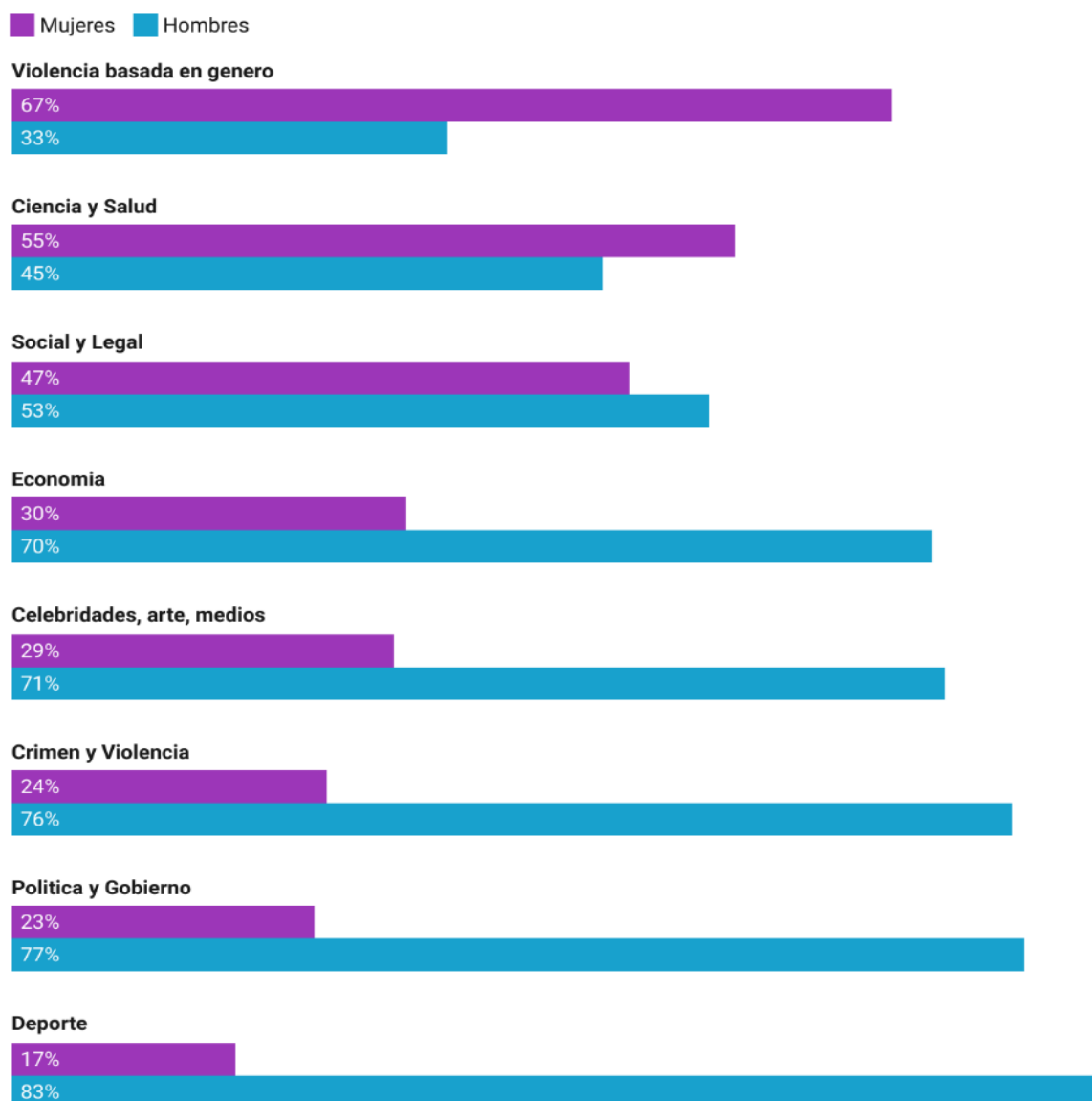
II. SUJETOS Y FUENTES DE NOTICIAS

1. Las mujeres en las noticias

En Panamá, la presencia general de las mujeres en las noticias fue de 33%, mientras que los hombres estuvieron en 67% del total de los contenidos informativos de los medios analizados.



Según las categorías temáticas, las mujeres aparecieron en mayor proporción en las noticias sobre *Violencia Basada en Género*, donde en las 12 notas publicadas, las mujeres ocuparon 67% de los contenidos. El segundo tema en el que más estuvieron las mujeres fue *Ciencias y Salud*, con presencia en 55% de las noticias publicadas. En tercer lugar, estuvo el tema *Social y Legal*, donde las mujeres participaron en 47% de los contenidos informativos. En cuarto lugar, las noticias *económicas*, donde las mujeres fueron involucradas en 30% de las noticias. Y en quinto lugar, las notas sobre *Celebridades, Arte y Medios*, con 29% de presencia.



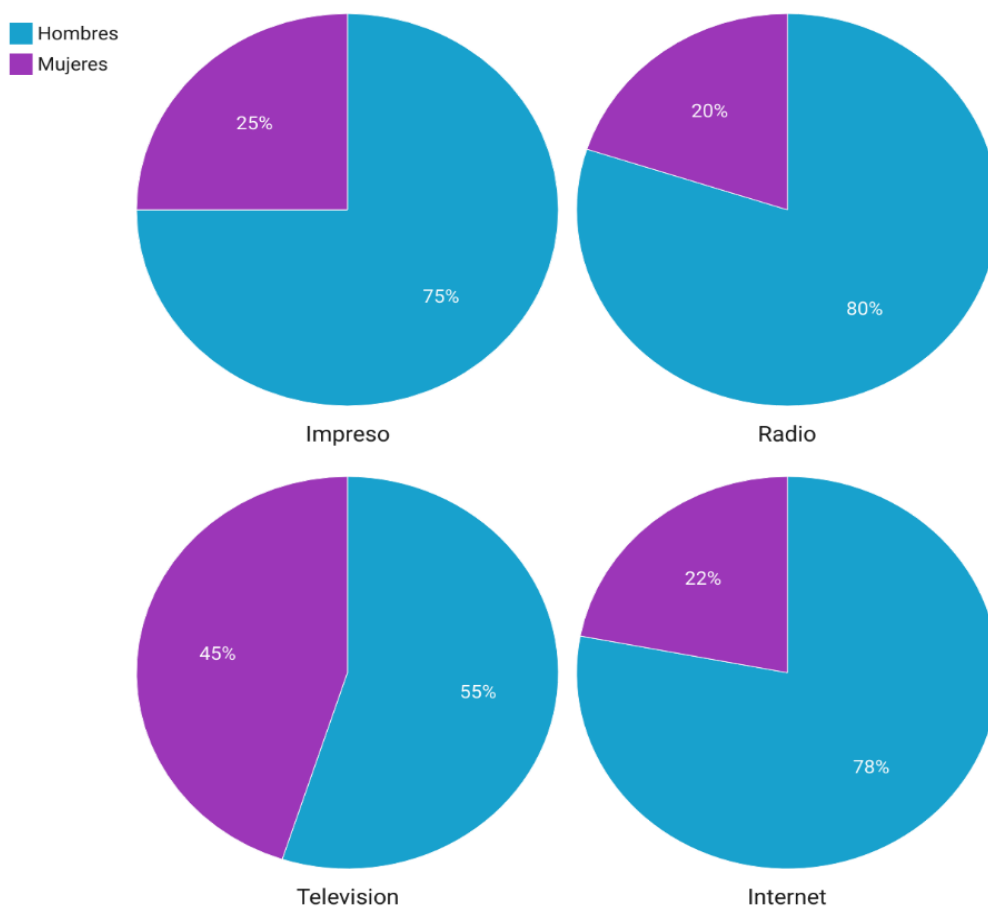
Mientras que el tema en el que más aparecieron los hombres fue *Deportes*, con 83% de los contenidos. Seguido de *Política y Gobierno*, con presencia en 77% de las noticias. No obstante, la tercera categoría que lideraron en representación, fue *Crimen y Violencia* (no incluye las noticias sobre violencia de género), con 76% de participación. El cuarto tópico en el que más estuvieron los hombres, fue el de *Celebridades, Medios y Arte*, con 71%. Y en quinto lugar, aparecieron mayoritariamente en el tema de Economía, con el 70% de los contenidos.

2. Mujeres y hombres, como fuentes en las noticias

Este indicador relacionado directamente con la calidad de la presencia de las mujeres en las noticias, reveló que en Panamá los hombres son más consultados y citados que las mujeres en todos los contenidos informativos.

Específicamente, por tipo de medio, en los noticieros de los canales de televisión, las mujeres son entrevistadas o citadas en 45% de las noticias. En segundo lugar, están los periódicos, donde las mujeres proveen información en 25% de los contenidos noticiosos. En tercer lugar, están las noticias de internet, en las que las mujeres son consultadas en 22% de las notas. Y por último, están los noticieros radiales donde las mujeres fueron preguntadas apenas en 20% de las informaciones.

Desde el lugar de los hombres, los mismos fueron consultados en el 80% de las noticias radiales. Es decir, en 8 de cada 10 noticias. En segundo lugar, estuvieron las noticias de internet, donde fueron citados en 78% de las notas. En tercer lugar, los hombres fueron más consultados en los periódicos, donde son citados como fuentes en el 75% de las noticias. Esto quiere decir, que en la prensa panameña, 75 de cada 100 notas son narradas desde la mirada de los hombres. Por último, están los noticieros de televisión, donde los hombres fueron entrevistados en el 55% de las noticias.



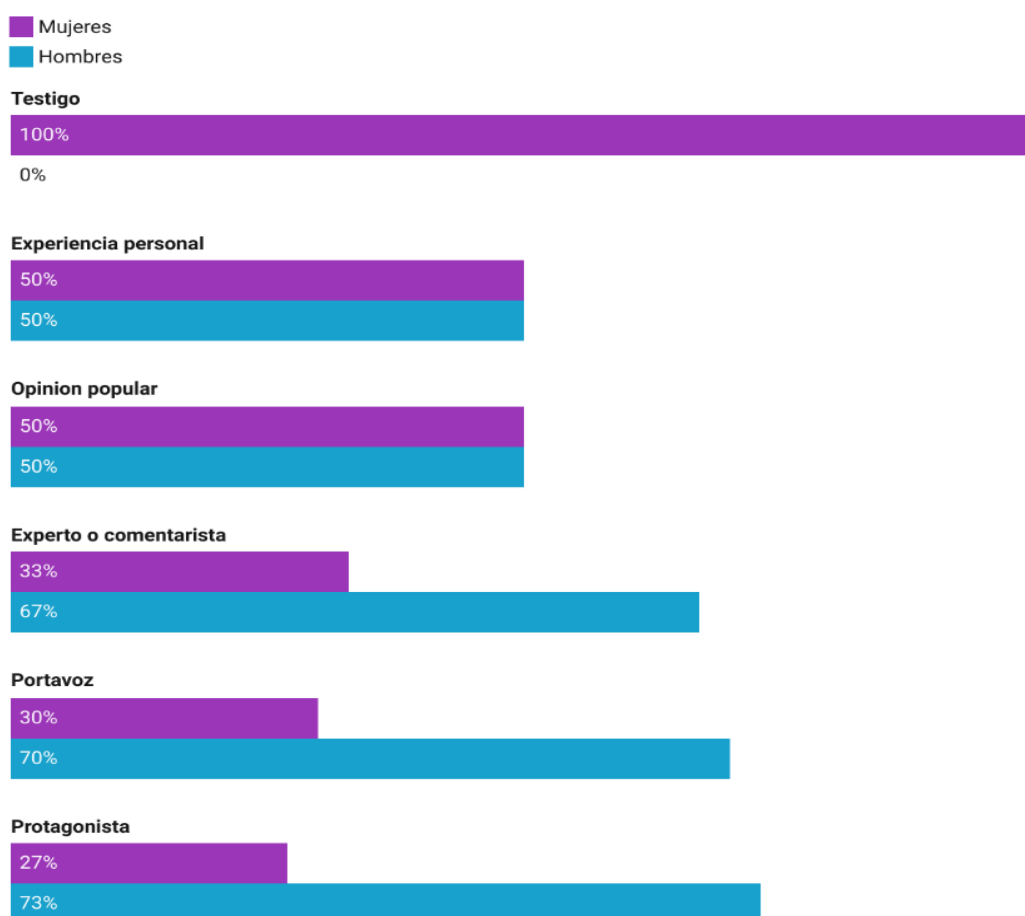
Created with Datawrapper

3. Función de las personas en las noticias, por sexo

En cuanto a la función que ejerce la persona de quien se habla en las noticias, las mujeres aparecen como sujeto de la información en el 27% de las historias. Mientras que los hombres, protagonizan el 73% de las informaciones.

En los casos que las mujeres son protagonistas de los contenidos informativos, la mayoría de las veces son presentadas como testigos de algún hecho noticioso. Durante el monitoreo, 100% de las entrevistas a testigos fueron realizadas a mujeres. En segundo lugar, las mujeres fueron sujeto de las noticias para dar testimonio de una experiencia personal o para ofrecer su opinión popular, sobre algún tema generalista. En estas funciones, las mujeres aparecieron en el 50% de las noticias dentro de esas categorías. Es así, que, en las funciones informativas más valiosas, es decir como voceras de una organización o institución, las mujeres solo fueron consultadas en 30% de las noticias, frente al 70% de las veces que fueron voceros los hombres.

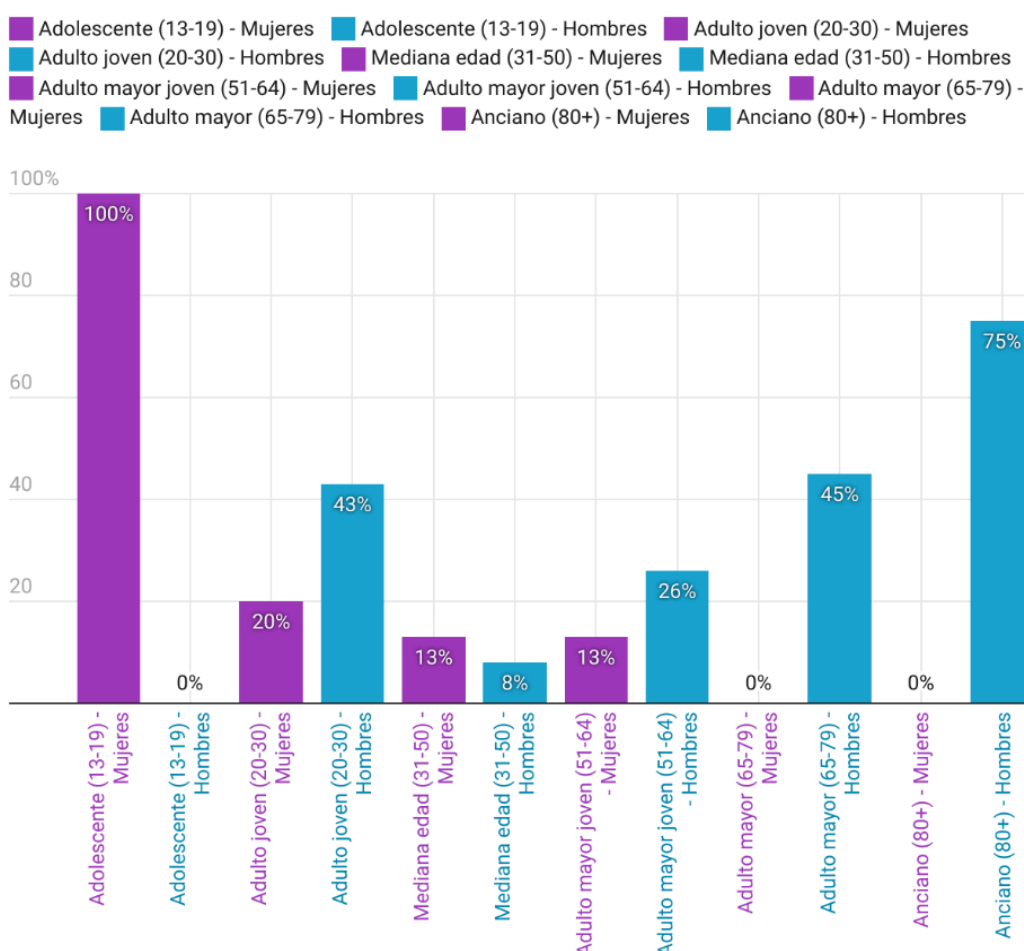
Por último, como personas expertas en un tema, una especialidad científica o en un asunto público, las mujeres fueron tomadas en cuenta y entrevistadas en apenas el 33% de las noticias. Mientras que los hombres fueron presentados como expertos, en 67% de las informaciones noticiosas analizadas durante el monitoreo. Estos datos revelan que la balanza mediática en Panamá, se inclina notablemente hacia los hombres, cuando se trata de medios de comunicación y periodistas, que buscan voces expertas y vocerías.



4. Rangos etarios en que las mujeres y los hombres son entrevistados

Como sujeto o persona protagonista de la noticia, las mujeres que principalmente son entrevistadas están en el rango de entre los 13 y 19 años de edad. También son levemente, en comparación con los hombres, tomadas en cuenta entre 20 y 30 años de edad. Por su parte los hombres, como sujetos o protagonistas de la información, son más entrevistados a partir de los 51 años de edad., situación que va en aumento hasta el rango etario de los 80 años de edad en adelante. De hecho, en los grupos etarios de las personas mayores, de 65 años en adelante, ni una sola mujer fue tomada en cuenta o entrevistada como sujetos de la noticia.

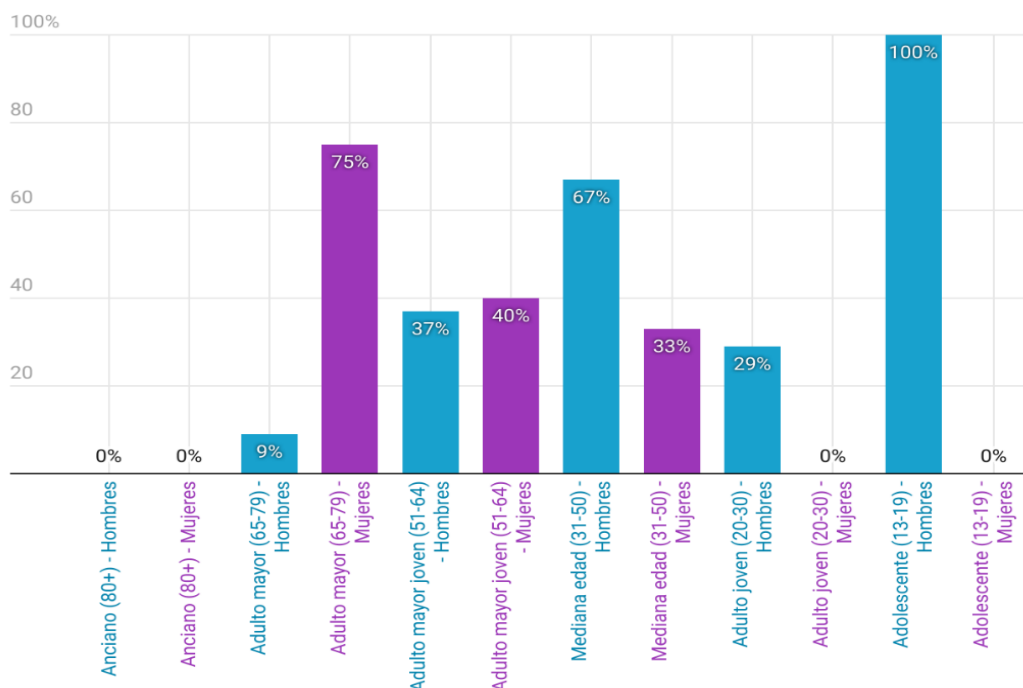
Protagonista



Mientras que, en calidad de voceras de una organización, institución o autoridad, las mujeres que son más consultadas están entre los 65 y 79 años de edad. No obstante, en el rango etario siguiente, a partir de los 80 años, no es entrevistada ninguna mujer. Mientras que los hombres como voceros, son más entrevistados entre los 31 y 50 años de edad, es decir varias décadas antes que las mujeres voceras e igualmente en menor proporción.

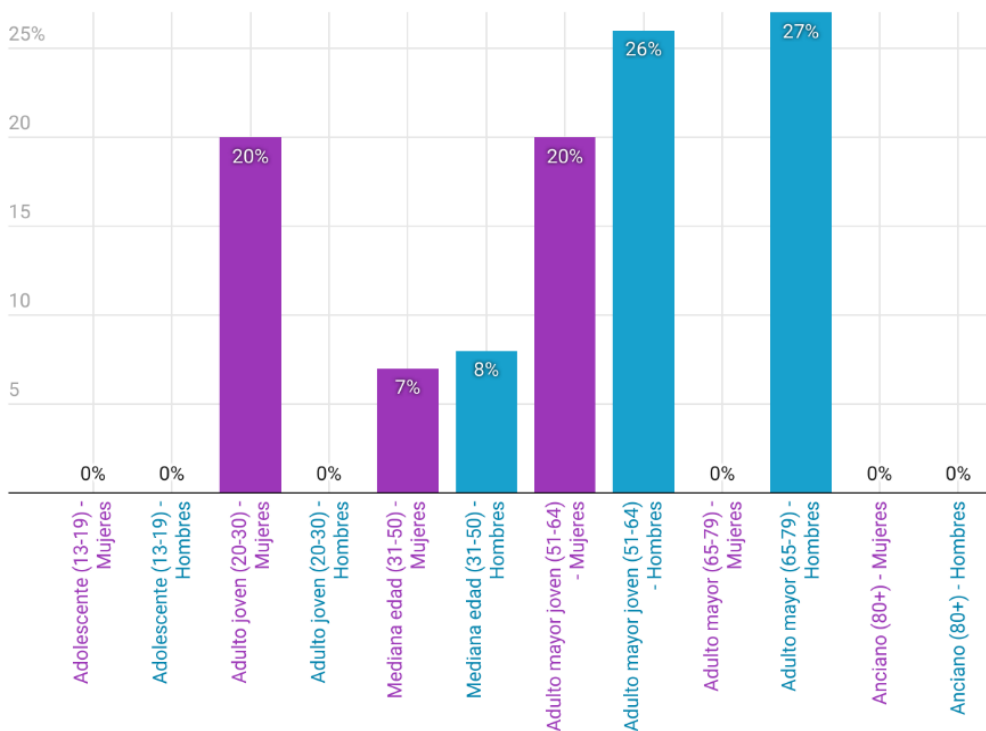
Persona Vocera

■ Adolescente (13-19) - Mujeres ■ Adolescente (13-19) - Hombres ■ Adulto joven (20-30) - Mujeres
■ Adulto joven (20-30) - Hombres ■ Mediana edad (31-50) - Mujeres ■ Mediana edad (31-50) - Hombres
■ Adulto mayor joven (51-64) - Mujeres ■ Adulto mayor joven (51-64) - Hombres ■ Adulto mayor (65-79) - Mujeres
■ Adulto mayor (65-79) - Hombres ■ Anciano (80+) - Mujeres ■ Anciano (80+) - Hombres



Persona Experta

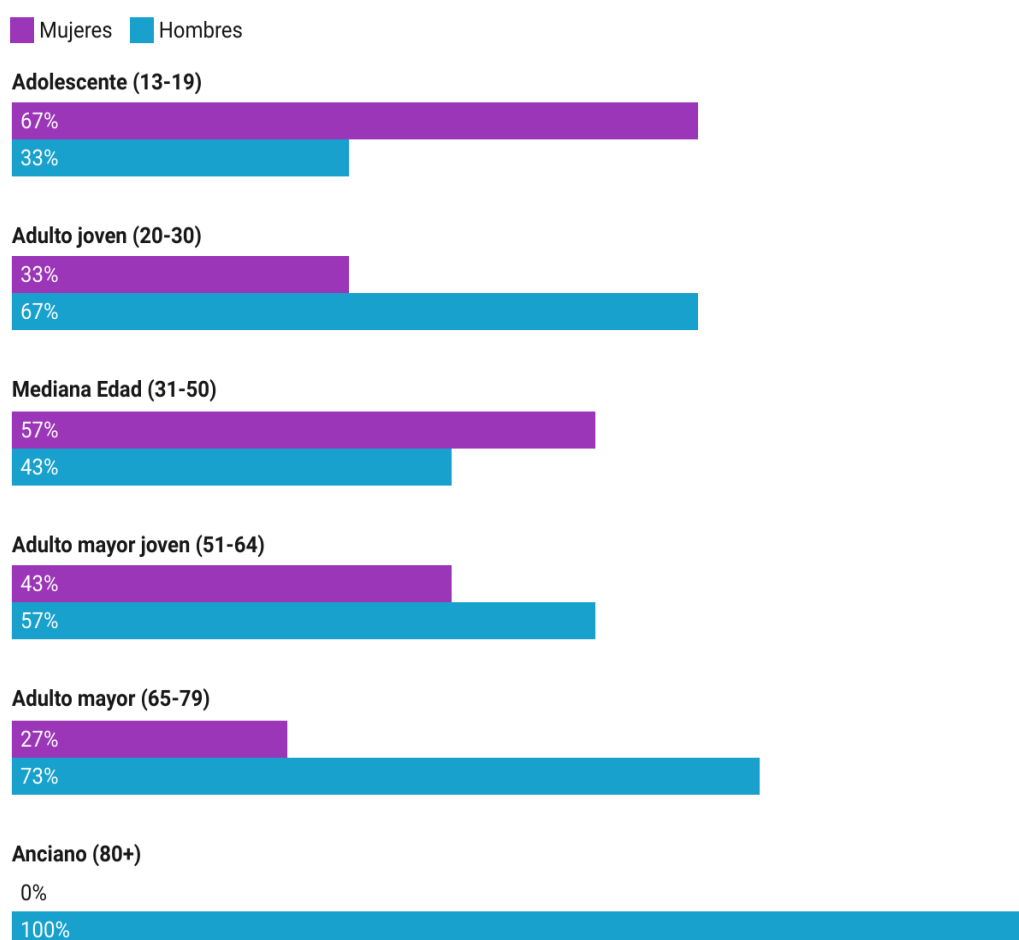
■ Adolescente (13-19) - Mujeres ■ Adolescente (13-19) - Hombres ■ Adulto joven (20-30) - Mujeres
■ Adulto joven (20-30) - Hombres ■ Mediana edad (31-50) - Mujeres ■ Mediana edad (31-50) - Hombres
■ Adulto mayor joven (51-64) - Mujeres ■ Adulto mayor joven (51-64) - Hombres ■ Adulto mayor (65-79) - Mujeres
■ Adulto mayor (65-79) - Hombres ■ Anciano (80+) - Mujeres ■ Anciano (80+) - Hombres



Finalmente, como persona experta, las mujeres son más buscadas entre los 20 y los 30 años y luego entre los 51 y 64 años de edad. No obstante, los hombres son más consultados como expertos a partir de los 51 años de edad y de manera progresiva hasta los 79 años de edad.

En este punto de análisis, es importante destacar que, a partir de los 65 años, las mujeres solo fueron entrevistadas como voceras, pues en este rango etario no se contabilizó a ninguna mujer como protagonista de la información o consultada como persona experta. Mientras que los hombres de estas edades, fueron efectivamente entrevistados en las tres categorías, es decir como sujetos de la noticia, como voceros y como expertos. Así mismo, ni una sola mujer de 80 años y más, fue entrevistada en ninguna noticia versus los tres hombres de este rango etario que fueron consultados.

4.1 Rangos etarios de mujeres y hombres en los noticieros de televisión



En el caso de los noticieros de televisión, el espectro de la edad en el que aparecen más las mujeres como sujeto de las noticias, es entre los 13 y 19 años, es decir principalmente adolescentes y jóvenes. Mientras que un aumento significativo, se da a partir de los 31 años. Pero esta situación va en picada desde los 51 años de edad en adelante. Esto es muy diferente al caso de los hombres, quienes tienen una presencia significativa como sujetos de la información en la televisión, a partir de los 20 años de edad. Y este protagonismo se mantiene progresivamente hasta los 80 años de edad y más.

5. Personas en las noticias identificadas por su relación familiar

Al respecto, en las notas informativas que difundieron los medios de comunicación analizados el 6 de mayo de 2025, de todas las mujeres consultadas, a 11% de ellas se les caracterizó por su estatus familiar. En tanto que, solo a 5% de todos los hombres consultados en las noticias, se les identificó por su relación familiar.



III. PREGUNTAS ESPECIALES

1. Presencia de personas racializadas en las noticias

Durante la séptima versión del Monitoreo Mundial de Medios, se formularon tres preguntas especiales para profundizar en el análisis cualitativo de las personas en las noticias. La primera cuestionó sobre la presencia de personas racializadas en el contenido informativo. Con racializadas se refiere en el caso de Panamá, principalmente a personas afrodescendientes o indígenas. Al respecto, se registraron 185 respuestas de las cuales únicamente 13, es decir 6% del total, fueron afirmativas. Esto evidencia una presencia restringida de personas racializadas, en todos los tipos de medios noticiosos panameños.

2. Presencia de personas de grupos conservadores en las noticias

Respecto a la segunda pregunta, que indagó sobre la presencia de personas pertenecientes a grupos conservadores o anti derechos, se registraron 183 respuestas de las cuales todas, es decir el 100%, fueron negativas. No obstante, este resultado no implica la inexistencia de personas conservadoras o de grupos organizados con ideas contrarias a los derechos humanos de las poblaciones diversas en Panamá. Lo que se traduce en que, estos liderazgos y sus organizaciones, no se identifican abiertamente como integrantes de ese movimiento en la sociedad panameña, por lo cual se dificulta el registro de su activismo en el análisis de contenido mediático.

3. Presencia de las personas con discapacidad como sujetos en las noticias

Sobre la tercera pregunta especial, la cual cuestionó respecto a la presencia de personas voceras o sujetas de la información con alguna discapacidad, física o intelectual, en los contenidos noticiosos, se obtuvieron 152 respuestas, todas negativas, es decir el 100%. Este resultado evidencia la exclusión de la población con discapacidad, de la agenda mediática y del discurso informativo público, durante el día del monitoreo en todos los medios de comunicación social analizados en Panamá.

Preguntas especiales

Presencia afirmativa
Presencia negativa

Personas racializadas



Grupos conservadores



Personas con discapacidad



IV. PERIODISTAS

1. Personas presentadoras y reporteras, por sexo y tipo de medio

El análisis revela diferencias notables en la participación de mujeres y hombres como personas presentadoras y reporteras, según el tipo de medio. En la prensa escrita, fue donde se observó mayor proporción de mujeres, con 60% del total. Le siguen los noticieros de

Mujeres
Hombres

Impreso



Television



Radio

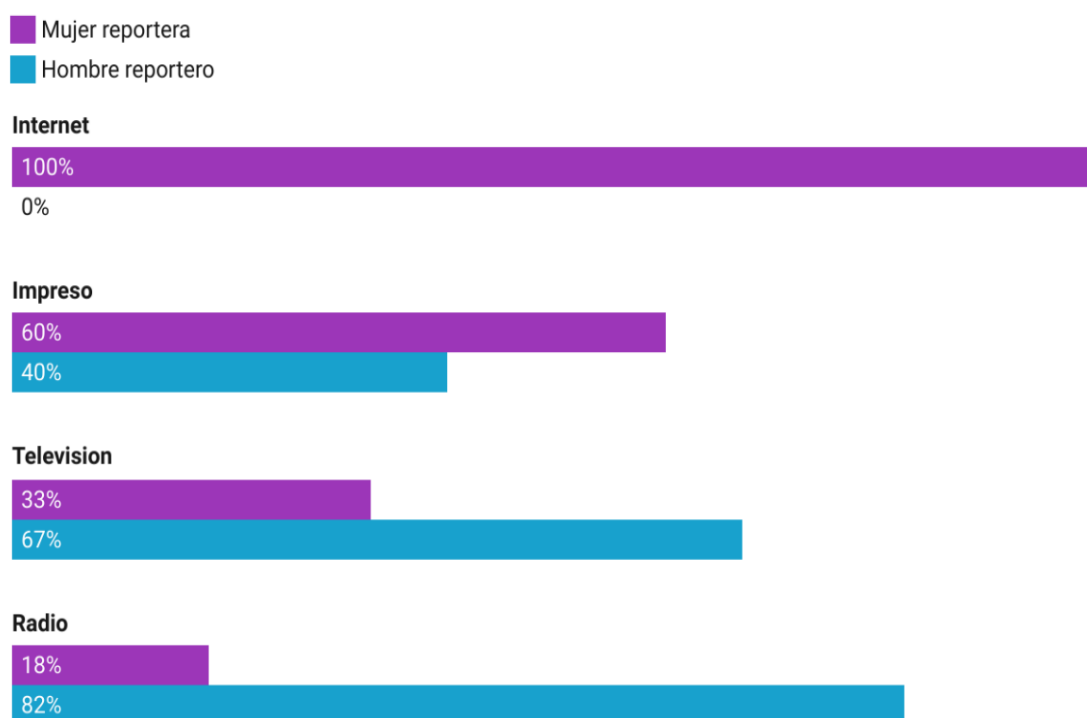


televisión, donde las mujeres también ocupan una posición preferente, con 56% del personal presentador y reporteril. Mientras que, en la radio, la presencia de mujeres es considerablemente menor con solo el 17% de las personas, frente a 83% de hombres conductores y reporteros de los noticieros radiales.

2. Solo personas reporteras, por sexo y tipo de medio

En general, en todos los medios monitoreados en Panamá, los datos señalan que 61% de las personas que reportan o escriben las noticias, son hombres y que 39% son mujeres. Por tipo de medio, la presencia de mujeres es mayor en los periódicos, con 60% de periodistas. Seguida por la televisión, donde las mujeres reporteras alcanzan el 33% del total. Mientras que en la radio, solo el 18% del personal reporteril es mujer. No obstante, se presenta una marcada diferencia en el portal de internet analizado, donde la reportería fue 100% realizada por mujeres.

Mujeres y hombres reporteros por tipo de medio



3. Selección del sexo de la fuente según sexo de la persona reportera, por tema

Respecto a la elección del sexo de las fuentes informativas, las periodistas y reporteras eligen entrevistar a un mayor o igual número de mujeres en casi todos los grandes temas, a excepción del tema *social y legal*, en el cual las periodistas eligieron consultar a 67%

hombres y 33% de mujeres. Esta misma situación sucede en los *deportes*, especialidad donde las reporteras solo entrevistaron a hombres.

Selección de la fuente según sexo de la persona reportera, por tema

Social y Legal

Mujeres

Hombres

Mujeres entrevistan

33%

67%

Hombres entrevistan

29%

71%

Selección de la fuente según sexo de la persona reportera, por tema

Deporte

Mujeres

Hombres

Mujeres entrevistan

0%

100%

Hombres entrevistan

0%

100%

En las temáticas donde las periodistas consultaron a más mujeres que hombres, fue en el área de *ciencia y salud*, así como en *celebridades, artes y medios*, donde el 100% de las fuentes fueron mujeres. Seguidas de *economía y violencia de género*, donde las periodistas entrevistaron a 67% de mujeres y a 33% de hombres respectivamente.

Selección de la fuente según sexo de la persona reportera, por tema

Ciencia y Salud

Mujeres
Hombres

Mujeres entrevistan



Hombres entrevistan



Selección de la fuente según sexo de la persona reportera, por tema

Economía

Mujeres
Hombres

Mujeres entrevistan



Hombres entrevistan



En esta línea de ideas, en las noticias sobre *política y gobierno*, las reporteras seleccionaron a 56% de mujeres como fuentes y a 44% de hombres. Cabe resaltar, que en las notas de la categoría *crimen y violencia*, las periodistas buscaron a igual número de mujeres y hombres como fuentes de sus noticias, es decir 50% y 50% respectivamente.

Selección de la fuente según sexo de la persona reportera, por tema

Política y Gobierno

Mujeres
Hombres

Mujeres entrevistan



Hombres entrevistan



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

1. Noticias con mujeres en el centro de la historia

Si se trata del foco o tema principal de las noticias, las mujeres son el centro de la información solo en 20% de los contenidos de la prensa escrita panameña, en el 15% de las noticias difundidas en los noticieros de televisión y en apenas 7% de las notas emitidas en los noticieros radiales.

Noticias con mujeres en el centro de la historia

Resultados 2025 / Panamá, Informe Monitoreo Global de Medios.



Dentro de estas proporciones generales por tipo de medio, también se analizó el sexo de la persona que es el centro de la información según el tema. En el caso de los periódicos, las mujeres fueron el foco en el 100% de las noticias publicadas sobre *arte, medios y celebridades*. Lo que en Panamá se conoce como *farándula*. La segunda categoría fue *ciencias y salud*, donde las mujeres fueron el centro en el 50% de las noticias publicadas. Y en tercer lugar, estuvo el tema de *política y gobierno*, donde las mujeres fueron el foco en 13% de las notas.

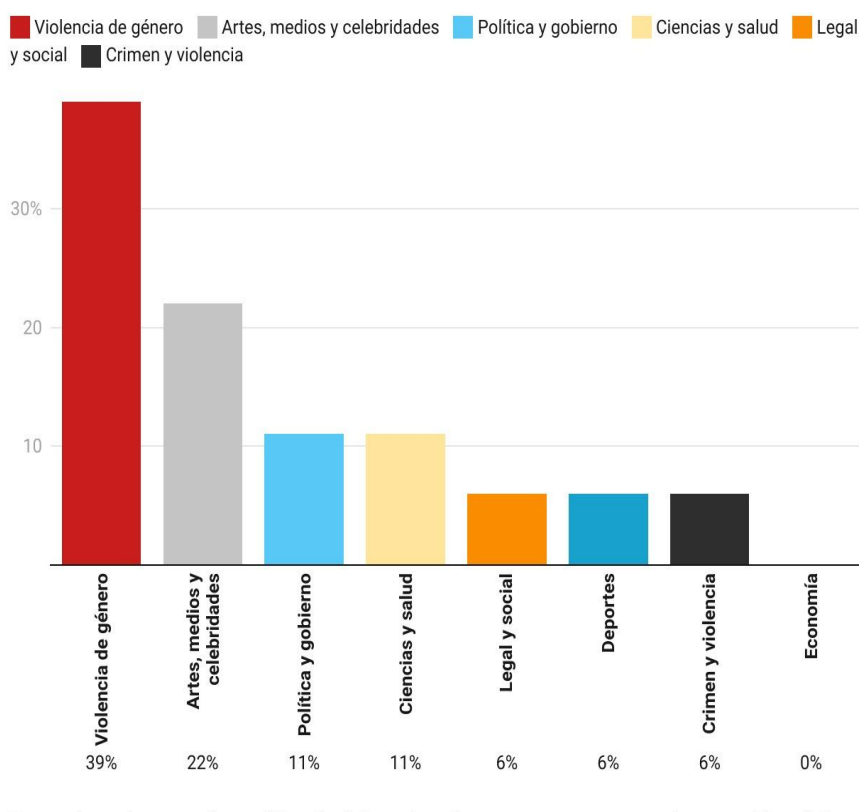
En cuanto a la televisión, las mujeres solo fueron el centro en las noticias sobre *violencia de género*, donde el 100% de las notas publicadas fueron centradas en mujeres. Los siguientes tópicos en los que las mujeres fueron el foco de la información, son *arte, medios y celebridades* con 50% y en tercer lugar *ciencias y salud*, con 25% de las noticias difundidas.

Por último, en la radio, las mujeres fueron el centro mayormente en el tema de *violencia de género*, con 67%. Seguido del tópico *crimen y violencia*, con 8% de las notas. Y en tercer lugar, las mujeres fueron el foco de la información, en el tema de *política y gobierno*, con apenas 4% de las noticias.

Cabe resaltar que, en ninguno de los tres tipos de medios, las mujeres fueron el centro de las noticias en el tema económico. Mientras que en la prensa y en la radio, tampoco fueron el foco en ninguna noticia de los temas *social y legal*, ni en *deportes*. Y en la televisión, no fueron el centro de ninguna noticia en los temas de *economía, política y gobierno y violencia y crimen*.

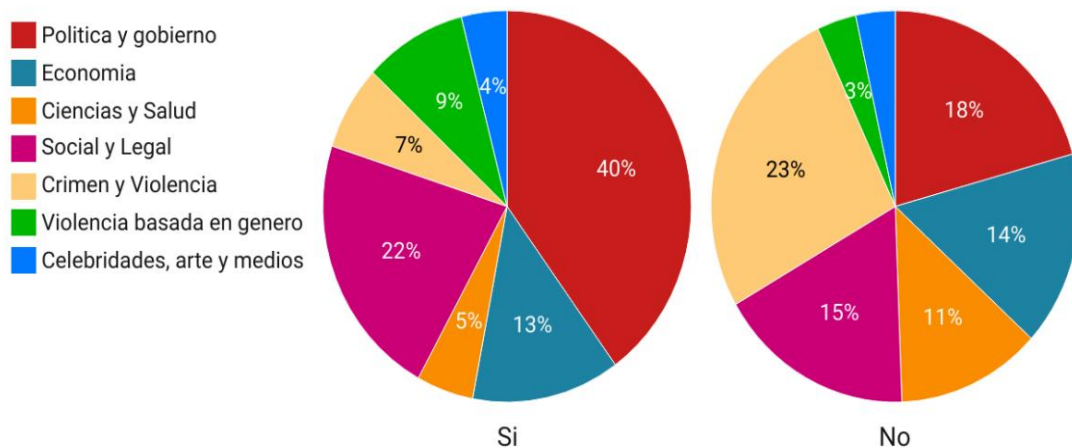
1.1. Noticias con mujeres en el centro de la historia, por tema

En general, en todos los tipos de medios, en las categorías temáticas donde las mujeres fueron mayormente presentadas como el foco de la información, están las notas sobre *violencia de género*, con 39% de las noticias, seguidas de las informaciones sobre *arte, medios y celebridades*, con 22% de las notas. En los temas de *política y gobierno* y *ciencia y salud*, con 11% de las noticias respectivamente. En cuanto a los temas *legal y social*, *crimen y violencia* y *deportes*, la mujer fue el centro solo en 6% de las informaciones publicadas en cada una de estas líneas temáticas. Mientras que, en el tema *económico*, no fue el foco central en ninguna noticia publicada el día del monitoreo.



2. Noticias donde se hizo mención de la equidad o inequidad de género

Dentro de este grupo de noticias, las categorías temáticas en las que más se habla de la inequidad de género son: *política y gobierno*, con 40% de las notas. *Social y legal*, con 22% de las noticias de este indicador, lo cual se destaca como una paradoja, porque este es el tema en donde más se debería hacer referencia a la inequidad de género en Panamá. Finalmente, *economía*, donde en este grupo se identificaron 13% de las noticias.



3. Noticias sobre violencia hacia las mujeres, donde se mencionan políticas públicas y derechos

En las noticias sobre violencia de género, se hizo mención de las políticas públicas de igualdad y los derechos humanos, en 56% de las notas que reportaron hechos de abuso y violencia sexual hacia las mujeres. En 38% de las informaciones sobre hechos graves de violencia de género, como feminicidios y trata de mujeres y niñas. Y en 33% de las noticias, sobre casos de violencia contra la mujer por parte de su pareja.

CONCLUSIONES

Los resultados reflejan una significativa sub representación de las mujeres en las noticias de Panamá, lo cual demuestra la caracterización de un sistema mediático donde predominan las imágenes y puntos de vista representativos del hombre, en el espacio público de la sociedad panameña. En cambio, las mujeres aparecen más como sujetas de noticias en roles estereotipados, particularmente como objeto de la violencia basada en género, en asuntos de la llamada farándula y en otros tópicos alejados del ejercicio del poder. De hecho, el 39% de todas las noticias que tienen a una mujer como el centro de la historia, tratan sobre violencia basada en género. Si bien es crucial visibilizar este problema, la sobrerrepresentación puede crear una asociación negativa y unidimensional de la mujer, con el rol de víctima. Mientras que su presencia como fuentes expertas, voceras o como protagonistas de la información, es marcadamente baja en relación con la presencia de los hombres como fuentes en las mismas categorías.

A grandes rasgos, los datos revelan un desbalance inferiorizante en el reconocimiento de las mujeres como agente noticioso, al ser presentada considerablemente menos que los hombres. Ya que, los medios panameños, no solo presentan una realidad mediatizada donde las mujeres hacen y hablan menos que los hombres, sino que también inclinan la balanza de la autoridad y experticia hacia los hombres, limitando la diversidad de opiniones y reforzando la creencia de que el espacio público de debate y conocimiento, está alejado del ámbito de acción y decisión de las mujeres. De igual manera, los resultados sugieren una valorización de la mujer en espacios asociados tradicionalmente a lo estético o de entretenimiento y su ausencia en áreas de poder e influencia, que constituyen una barrera para su visibilidad en las esferas de toma de decisiones, del poder económico y de producción de conocimiento.

Además, como conclusiones de los hallazgos, se encontró que en general los estereotipos de género no son desafiados en la cobertura de las noticias; y, por el contrario, son reforzados con frases estigmatizantes, muchas veces criminalizando a las personas, caricaturizándolas, incluso desde las voces de periodistas. De igual manera, el análisis cualitativo señala un refuerzo de los estereotipos en lugar de su cuestionamiento, lo que limita la diversidad de narrativas sobre las mujeres en la esfera pública.

En ese sentido, es interesante destacar que no se encontró ninguna noticia sobre violencia basada en género en contra de un hombre o de personas con identidad de género diversa o de la diversidad sexual. Así mismo, hay que resaltar que en todo el estudio no se obtuvo una sola respuesta positiva, en cuanto a la presencia de personas de la diversidad sexual o de género, como protagonistas, sujetas o fuentes de las noticias.

De la misma forma, con la omisión o exclusión de personas con discapacidad y personas racializadas como sujetas de las noticias, se distorsiona la comprensión de la realidad y diversidad social y de los conflictos por derechos. Igualmente, la invisibilización de estos grupos, parte de la población, borra su existencia y agenda, lo que contribuye a profundizar las brechas en desigualdad. Por otra parte, el análisis advierte de la nula identificación de personas voceras, pertenecientes a movimientos y grupos conservadores o antiderechos, lo cual afecta el derecho de la sociedad a estar informada de la identidad de los emisores de discursos, en especial cuando tienen un acceso privilegiado al público. Por lo cual, se subraya el deber de los medios de cumplir un rol activo en la representación inclusiva y precisa de los sujetos que integran la sociedad panameña, para fortalecer las

posibilidades de una ciudadanía informada y participativa.

Es así, que el panorama mediático de Panamá refleja una desigualdad estructural de género que se expresa no solo en las cifras, sino también en la naturaleza de los roles que las mujeres ocupan, mientras que los hombres siguen dominando los espacios de análisis político, económico y de opinión generalista.

A manera de cierre de este primer informe de Panamá dentro del Proyecto del Monitoreo Mundial de Medios, el Centro de Comunicación y Derechos (CeCoDes) declara el compromiso de mantener la participación de Panamá en el próximo Monitoreo Mundial de Medios en el año 2030 y ampliar la observación hasta alcanzar la mayor cantidad de medios de comunicación con espacios de noticias en el país.

De igual forma, CeCoDes socializa los resultados de este primer monitoreo en los espacios académicos interesados, en los espacios institucionales relacionados al ejercicio de derechos y a la comunicación social, con organizaciones de mujeres, de la sociedad civil y con quienes se dedican al ejercicio de la comunicación social, incluidos medios de comunicación tradicionales, comerciales, digitales, alternativos e independientes.

También, se promoverán procesos de diálogo con las organizaciones y sectores más impactados por la discriminación mediática, informacional y comunicacional, ejercida en detrimento de los derechos humanos y constitucionales de los grupos representados negativamente, invisibilizados o infrarrepresentados en los medios de comunicación, en especial grupos y personas con discapacidad, afrodescendientes, indígenas y personas mayores.

Las recomendaciones no son nuevas, ya que, para avanzar en el cierre de la brecha de género en las noticias, no basta con aumentar la presencia y entrevistar a más mujeres, es necesario transversalizar la perspectiva de género y equiparar los contenidos desde las miradas y problemas de las mujeres. Y que las voces de la mitad, subrepresentada, de la población en Panamá, no solo se vean y se escuchen, sino que su representación sea lo suficientemente fuerte como para incidir en la opinión pública y en la agenda social y política. Este panorama, afirma la urgencia de democratizar políticas editoriales y procesos de sensibilización periodística, con enfoque de derechos humanos e interseccionalidad, con el objetivo de desincentivar la reproducción de asimetrías, en el acceso y ejercicio del derecho humano a la comunicación.

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 solo 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 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 voluntarias y voluntarios, cuyo cuidadoso y diligente seguimiento de los medios de comunicación de todo el mundo, sostiene esta importante tradición de monitorización de las noticias.

Anexo 2. Lista de monitoras en Panamá

1. Claribel González
2. Ivonne Carrasquilla (Palabras Poderosxs)
3. Ana María pinilla
4. Claudia Figueroa Pino
5. Rekha Chandiramani
6. Estefanía Cubillos
7. Nancy Pretto
8. Odalidia Herrera.

**Todas profesionales de la comunicación social.*



WACC
80 Hayden Street
Toronto
ON M4Y 3G2
Canada

Tel: +1 416 691 1999
gmmp@waccglobal.org
www.whomakesthenews.org

FB [@Global.Media.Monitoring.Project](#)
X [@whomakesthenews](#)
Instagram [@gmmpglobal](#)

CECODES

PH Bella Vista Gardens, La Cresta
Vía España
Ciudad de Panamá

Tel: +507 6394-5773
centrodecomunicacionyderechos@gmail.com

Instagram
<https://www.instagram.com/cecodespanama/>