



GMMP+30

Puerto Rico

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.



Con el apoyo de



Tabla de contenido

<u>PREFACIO</u>	<u>1</u>
CONTEXTO GLOBAL.....	1
CONTEXTO NACIONAL.....	5
<u>RESUMEN EJECUTIVO</u>	<u>7</u>
<u>UN DÍA EN LAS NOTICIAS EN PUERTO RICO</u>	<u>9</u>
<u>MUESTREO NACIONAL Y EQUIPO DE MONITOREO</u>	<u>9</u>
MEDIOS ESTUDIADOS	9
EQUIPO DE MONITOREO	10
PREGUNTAS ESPECÍFICAS PARA PUERTO RICO.....	12
<u>RESULTADOS</u>	<u>14</u>
<u>TEMAS EN LAS NOTICIAS</u>	<u>14</u>
<u>PERSONAS EN LAS NOTICIAS</u>	<u>15</u>
<u>CONSTRUCCIÓN DE “VÍCTIMAS” EN LAS NOTICIAS</u>	<u>26</u>
<u>PERIODISTAS</u>	<u>30</u>
<u>PRÁCTICA PERIODÍSTICA: SOBRE LA CENTRALIDAD DE LAS MUJERES, LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO Y LA INFORMACIÓN BASADA EN LOS DERECHOS</u>	<u>34</u>
<u>ESTUDIOS DE CASO</u>	<u>37</u>
ESTUDIO DE CASO 1. UNA NOTICIA QUE HA SIDO SUTILMENTE ESTEREOTIPADA	37
ESTUDIO DE CASO 2. UNA NOTICIA QUE HA SIDO SUTILMENTE ESTEREOTIPADA	39
ESTUDIO DE CASO 3. UNA HISTORIA QUE HA SIDO SUTILMENTE ESTEREOTIPADA	42
ESTUDIO DE CASO 4. HISTORIAS QUE REPRESENTAN OPORTUNIDADES PERDIDAS O QUE NO TIENEN EN CUENTA EL GÉNERO.....	44
ESTUDIO DE CASO 5. HISTORIA QUE MUESTRA CONCIENCIA DE GÉNERO	46
<u>RESUMEN Y CONCLUSIONES</u>	<u>53</u>
<u>RECOMENDACIONES Y PLAN DE ACCIÓN 2026-2030</u>	<u>55</u>
<u>ANEXO 1. METODOLOGÍA</u>	<u>56</u>

CÓMO SE LLEVÓ A CABO EL SEGUIMIENTO	56
<u>ANEXO 2. LISTA DE MONITORAS Y MONITORES</u>	<u>58</u>
LÍDERES MONITORAS(ES).....	58
MONITORAS(ES)	59

PREFACIO

Contexto global

La Declaración y Plataforma de Acción de Pekín 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 Pekín consagró la supervisión de los medios de comunicación como 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 produce 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 que nació la idea del GMMP: <https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/who-makes-the-news/Imported/documents/bangkok%20declaration.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, 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 probabilidad 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 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(as) 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 género 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 al 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 Pekín, 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 nacional

Puerto Rico es un país caribeño con una población de 3.24 millones de habitantes y catorce medios informativos diarios, dominados por empresas privadas. Además de los medios tradicionales, el 87.3 % de la población tiene acceso a Internet; 88 % utiliza teléfonos móviles, y un 73.4 % usa las redes sociales.² Por su estatus colonial, Puerto Rico ha estado, desde 2016, sometido al poder de un organismo que controla las finanzas del país, nombrado por el gobierno de los Estados Unidos. Cierres de medios, reducción o eliminación de plazas y cambios en las condiciones laborales son algunas de las situaciones que enfrentan los/as periodistas en el país y que han afectado el trabajo de los medios informativos.³

² Digital 2025: Puerto Rico. (2025, 3 de marzo). DataReportal – Global DigitalInsights. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-puerto-rico>

³ Lugo-Ortiz, Lourdes (2015). *El espectáculo de lo real: noticia, actantes y (tele)periodismo en el siglo XXI*. San Juan, Puerto Rico: Ediciones Callejón, pp.183-184.

La participación de Puerto Rico en este estudio se ancla en la noción de que los medios noticiosos son una de las principales fuentes de información, difusión y construcción de ideas, pese a los cambios en el ecosistema mediático que han atravesado el país y el mundo entero. No obstante, estudios indican que la agenda noticiosa de los medios sociales se deriva de las plataformas informativas. Muchas personas, entonces, conforman parte de su imaginario social a partir de las representaciones que ofrecen los medios y de la información que circula en las redes sociales basada en el contenido de los medios. Por lo tanto, importa qué y quiénes aparecen en las noticias, así como la forma en que se representan a las personas y los eventos. También, quién queda fuera o qué temas dejan de cubrirse en términos periodísticos. En las representaciones que construye la prensa, se legitiman y perpetúan ciertas formas de ver que afectan a la ciudadanía, entre ellas, la desigualdad por razón de género.

Puerto Rico ha participado en seis de los siete monitoreos producidos por WACC en los últimos 30 años. La participación del país en el Monitoreo Mundial de Medios se inició con el segundo estudio global (2000), bajo la coordinación de la licenciada Ana Irma Rivera Lassen, de Feministas en Marcha, y del doctor Maximiliano Dueñas Guzmán, de la Universidad de Puerto Rico Recinto de Humacao. En los próximos monitoreos (2005, 2010, 2015, 2020 y 2025), la coordinación ha estado a cargo de la doctora Lourdes Lugo-Ortiz, de la Universidad de Puerto Rico Recinto de Río Piedras. Como parte de los procesos de divulgación, los resultados se han presentado en charlas, conferencias de prensa y comunicados. Asimismo, los hallazgos del monitoreo han sido recogidos en artículos periodísticos y, en el caso de los del 2005, en un libro editado por la Oficina de la Procuradora de las Mujeres titulado *Los medios de comunicación y la violencia contra las mujeres* (San Juan: Oficina de la Procuradora de las Mujeres, 2007).

La participación de Puerto Rico en estudios globales sobre la cuestión de género es prácticamente nula. La relación colonial con los Estados Unidos y las percepciones que esta genera explican, en parte, esa invisibilización. El país no tiene representación en las Naciones Unidas. Por lo tanto, no se ve incluido en el Índice de Inequidad por Género, que publica dicho cuerpo, ni en los planes nacionales en respuesta a la Plataforma de Acción de Pekín (1995), también publicados por las Naciones Unidas. La inclusión de Puerto Rico en este estudio arroja luz sobre aspectos que han sido estudiados de forma limitada en el país.

RESUMEN EJECUTIVO

El Monitoreo Mundial de Medios 2025 en Puerto Rico reveló que las mujeres constituyen una minoría en las noticias y que resulta inexistente la presencia de las personas transgénero o binarias:

- Las mujeres están subrepresentadas como personas en las noticias —entrevistadas, mencionadas o como sujetos centrales de las historias— tanto en los medios tradicionales (impresos, televisivos y radiales, 38 %) como en las plataformas digitales (44 %). Dos de cada tres personas que aparecen en las noticias son hombres.
- En los medios tradicionales, las mujeres como personas en las noticias son minoría en todos los roles identificados en las historias, desde ser los sujetos centrales hasta fungir como expertas, portavoces o testigos. En el caso de las plataformas digitales, las mujeres predominan únicamente entre quienes que relatan su experiencia personal (58 %).
- Las mujeres como personas en las noticias son citadas con mayor frecuencia en el medio impreso (41 %) que los hombres (36 %). No ocurre así en las plataformas digitales, en las que predominan las citas de los hombres (41 %) frente a las mujeres (35 %). Asimismo, las mujeres aparecen con mayor frecuencia que los hombres en las fotografías de los periódicos y plataformas digitales.
- Las mujeres como personas en las noticias son identificadas por su estatus familiar con mayor frecuencia que los hombres (*e.g.*, padre, madre, esposo/a, hijo/a, etc.) tanto en los medios tradicionales (mujeres, 9 %; hombres, 4 %) como en los digitales (mujeres, 16 %; hombres, 6 %).
- Los hombres como personas en las noticias son descritos con mayor frecuencia por su apariencia física en comparación con las mujeres (n=6).
- La representación de la negritud es minoritaria. Las personas en las noticias evidentemente negras fueron mayormente hombres (62.9 %: mujeres, 37.1 %).
- Las mujeres como personas en las noticias suelen ser representadas con mayor frecuencia en roles de víctimas en comparación con los hombres (medios tradicionales: 5 de 6 personas; digitales, 6 de 11). En contraste, los hombres predominan en el papel de agresores (8 de 9 personas).
- Las mujeres apenas figuran como sujetos centrales en las historias periodísticas. Entre dos y tres de cada diez historias en los medios impresos, radiales y digitales giran en torno a una mujer. En el caso de la televisión, no son centrales ni siquiera en una de cada diez historias.
- Pocas historias en los medios tradicionales (3 %) y digitales (3 %) retan los estereotipos por razón de género.
- Solo 3 % de las historias de los medios tradicionales y 4 % de las digitales destacan temas de equidad o desigualdad por razón de género.
- Las mujeres periodistas, en su función de anclas y locutoras, presentan la mayor

cantidad de noticias tanto en la radio (53 %) como en la televisión (63 %). No obstante, se identifica una tendencia en la que los hombres de mayor edad y las mujeres más jóvenes presentan la mayor cantidad de historias periodísticas.

- Las reporteras cubren la mayor cantidad de historias en los medios impresos, televisivos y digitales. Además, reportan, de manera equitativa con los periodistas, la cobertura de las noticias radiales (50 %).
- Las reporteras y reporteros de mediana edad (31-50 años) presentan la mayor cantidad de historias: mujeres (42 %) y hombres (44 %). Sin embargo, se identifica una tendencia en la que las mujeres de mayor edad y los hombres más jóvenes reportan más historias.

UN DÍA EN LAS NOTICIAS EN PUERTO RICO

La agenda informativa en Puerto Rico del 6 de mayo de 2025 estuvo marcada por asuntos diversos que giraron principalmente alrededor de la gobernadora de Puerto Rico, Jenniffer González Colón, así como a figuras femeninas dentro de la política y el deporte.

- La gobernadora de Puerto Rico anunció la designación de la licenciada Verónica Ferraiuoli como coordinadora de eficiencia, un puesto creado por la mandataria luego de que el Senado anunciara que Ferraiuoli no contaba con los votos para su confirmación como secretaria de Estado y se retirara su postulación.
- La gobernadora González Colón cuestionó la veracidad de un audio en el que se escuchó a la designada secretaria de Justicia, Janet Parra, decir que *ella también sabe jugar por debajo de la mesa* mientras negociaba un caso de asesinato en 2013 en el que se desempeñaba como fiscal. La prensa electrónica del día especuló sobre la posibilidad de que el nombramiento de Parra tampoco superara el cedazo del Senado.
- El zar de Energía, Josué Colón Ortiz, notificó que no autorizaría la línea de crédito de \$500 a \$800 millones solicitada por LUMA Energy, consorcio encargado de operar y administrar el sistema de transmisión y distribución de energía eléctrica en el país.
- La gobernadora González Colón anunció que se alineó con la política del presidente de los Estados Unidos, Donald Trump, a favor de la quema de combustibles fósiles. Por lo tanto, dijo que no solicitará fondos federales para proyectos de energía solar y que retirará una demanda contra empresas petroleras.
- La gobernadora González Colón informó que las lluvias de las semanas previas habían causado más de \$70 millones en daños en las carreteras del país (*e.g.*, socavones, derrumbes, entre otros).
- A partir del próximo día, 7 de mayo de 2025, se requerirá un *Real Id* para viajar entre las jurisdicciones de Estados Unidos.
- La gobernadora González Colón anunció la ampliación de los servicios del Centro de Inteligencia para Crímenes con Armas, del Instituto de Ciencias Forenses (ICF), a las áreas policíacas de Humacao, Aguadilla y Mayagüez. Este centro ofrece análisis de casquillos de bala para el esclarecimiento de delitos.
- Deportes: El equipo de voleibol femenino Las Criollas de Caguas ganó el campeonato de la Liga de Voleibol Superior Femenino.
- Las plataformas digitales cubrieron el desfile por la alfombra roja de la Gala del Met. Esta cobertura, que incluyó fotogalerías de celebridades, incidió en el número de personas en las noticias que fueron contabilizadas.

MUESTREO NACIONAL Y EQUIPO DE MONITOREO

Medios estudiados

El monitoreo en Puerto Rico estudió los principales medios informativos del país. Se codificaron 20 plataformas de publicación diaria, cuya selección se basó en su importancia

nacional, circulación y en los perfiles demográficos de sus audiencias. El muestreo consistió en 223 historias: 37 provenientes de los medios impresos, 16 de los radiales, 51 de noticiarios televisivos y 119 de las plataformas digitales:

- Impreso (3 diarios): *El Nuevo Día*, *El Vocero* y *Primera Hora*. Estos constituyen los únicos diarios impresos de alcance nacional en Puerto Rico. *Metro Puerto Rico* no fue incluido en el estudio, debido a que solo se imprime una vez a la semana.
- Radio (4 informativos radiales): NotiUno, WKAQ-AM, Wapa Radio y Radio Isla. Estas son las únicas estaciones radiales informativas de alcance nacional en Puerto Rico. Se codificó el contenido transmitido en el horario de las 8:00 a.m.
- TV (4 noticiarios): *Telenoticias* (Canal 2), *Noticentro* (Canal 4), *Notiséis* (Canal 6, estación gubernamental) y *Las Noticias* (Canal 11). Estos son los únicos noticiarios nacionales en Puerto Rico. Se estudió la edición estelar de cada uno de ellos.
- Plataformas digitales (9 medios periodísticos diarios): *NotiCel*, *Metro Puerto Rico*, *El Nuevo Día*, *El Vocero*, *Primera Hora*, *Radio Isla*, *NotiUno*, *Las Noticias* y *Telenoticias*. Se codificó el contenido publicado a la 1:00 p.m.

Equipo de monitoreo

- El proyecto en Puerto Rico contó con 54 monitoras(es), estudiantes de Comunicación de la Facultad de Comunicación e Información de la Universidad de Puerto Rico del Recinto de Río Piedras. Se crearon catorce (14) grupos de tres o cuatro alumnas(os), cada uno a cargo de monitorear dos medios. Cada grupo estuvo liderado por un(a) estudiante que fungió como monitor(a) principal.

Líderes monitoras(es)	
• Dyrsia A. Andino Serrano • Isabel C. Burgos Rossy • Alexa S. Cardona Méndez • Ivanna Díaz Rivera • Paula Figueroa Galvez • Alondra J. Maldonado Miranda • Sarah M. Maldonado Trinidad	• Marina Reyes Huertas • Luis Rivera Echevarría • Indira Rodríguez Rivera • Adilén B. Santiago Báez • Layra Serrano Reyes • Natalia Soto Serra • Kamilha D. Soto Villanueva

Monitoras(es)	
• Nayelis Alonzo Quevedo • Yanelis Alvarado Figueroa • Caridad Álvarez Álvarez • Laura M. Asencio Arroyo • Leilany Boria Figueroa • Valeria Carrión Rivera • Sofia L. Castro Betancourt • Ana Castro • Paola G. Chaparro Serrano • Camila I. Cobo Ortiz • Gabriela A. Dávila Lozada • Sofía I. De Jesús Ortiz • Sofía V. Delgado Torres • Carolyann L. Figueroa Santiago • Paola S. Geigel Ramírez • Melisa T. Hernández Cesaní • Allison Hernández Colón • Mariana López Méndez • Fernando Maldonado Muñoz • Nicole M. Matías Santiago	• Leilah V. Meléndez Bermúdez • Catalina Mercado Cancio • Isabel Mir Sira • Hamzeth Momani Parra • Ángela E. Morales Dones • Claudia I. Núñez Torres • Alexandra M. Oquendo Rojas • Andrea Osorio Gelpí • Gabriel Pérez Vargas • Iryanie Ramos Cruz • Bianca L. Rodríguez Pimentel • Sarianne Rosario Fonseca • Marializ Sánchez Cabrera • Mitzumy Santiago Ramos • Gabriel M. Serrano Nieves • Johaneliz M. Serrano Valcárcel • Ana S. Solla Rosado • Pamela L. Vázquez García • Naylie Vélez Figueroa



Monitoras(es) acompañadas(os) de la coordinadora nacional Lourdes Lugo-Ortiz (sentada en la silla) y los(as) profesoras(as) Amary Santiago Torres e Israel Rodríguez Sánchez (ambos a la extrema derecha).



Capacitación de las monitoras que participaron en el estudio en Puerto Rico.

La Unidad de Cine, Radio y Televisión de la Facultad de Información y Comunicación colaboró, asimismo, en la grabación de los noticiarios televisivos. Esta tarea fue facilitada y apoyada por Osvaldo Rivera y Wanda Aponte. Además, para el reclutamiento de las monitoras(es), se contó con la colaboración del doctor Israel Rodríguez Sánchez y la profesora Amary Santiago Torres, así como con el apoyo de la profesora Patricia Rivera y la doctora Marisellie Ortiz.

[Preguntas específicas para Puerto Rico](#)

El monitoreo este año, al igual que el realizado en 2020, proveyó para que cada país formulara tres preguntas específicas de importancia nacional. En el caso de Puerto Rico, se incluyeron las siguientes preguntas, dirigidas a las personas que aparecen en las noticias:

1. ¿Esta persona es identificada como agresor(a)?
2. ¿Se alude, en la narrativa, a la apariencia física (cabello, cuerpo, ojos, peso, etc.) o vestimenta (tacos, traje, gabán, etc.) de esta persona? (Mencionada en la historia; no incluye fotos)
3. ¿Esta persona es evidentemente negra (basada en las fotos o en la descripción que se hace sobre sí misma en la narrativa)? Véanse definiciones.

Negre = *Etiqueta/categoría racial que nombra y describe a personas con ciertas características fenotípicas que toman en consideración el cabello (rizado, encrespado, afro, trenzado o “dreadlocks”), tez de piel (cualquier tonalidad en el espectro de lo no blanco), cuerpo (nariz ancha, labios gruesos, voluptuosidad), entre otras.*

Visiblemente negre = Etiqueta/categoría racial que nombra y describe a personas que cumplen con una serie de características fenotípicas que les distinguen como negres, en las que la tonalidad de piel es un elemento fundamental (las tonalidades más oscuras en el espectro de la negritud). Estas personas experimentan inequidades mayores por el efecto del racismo antinegro y el colorismo.⁴

⁴ Serrano Abre, María B. & Alicano Hernández, Raymond (2021). Afroglosario. *Revista Étnica*, <https://www.revistaetnica.com/blogs/news/afroglosario-2021>

RESULTADOS

TEMAS EN LAS NOTICIAS

- **Temas de mayor cobertura por plataforma (véase Gráfica 1).** Los temas cubiertos por los medios variaron según la plataforma. No obstante, tres categorías predominaron con diversos énfasis en los medios estudiados: social y legal, política y gobierno, y economía.

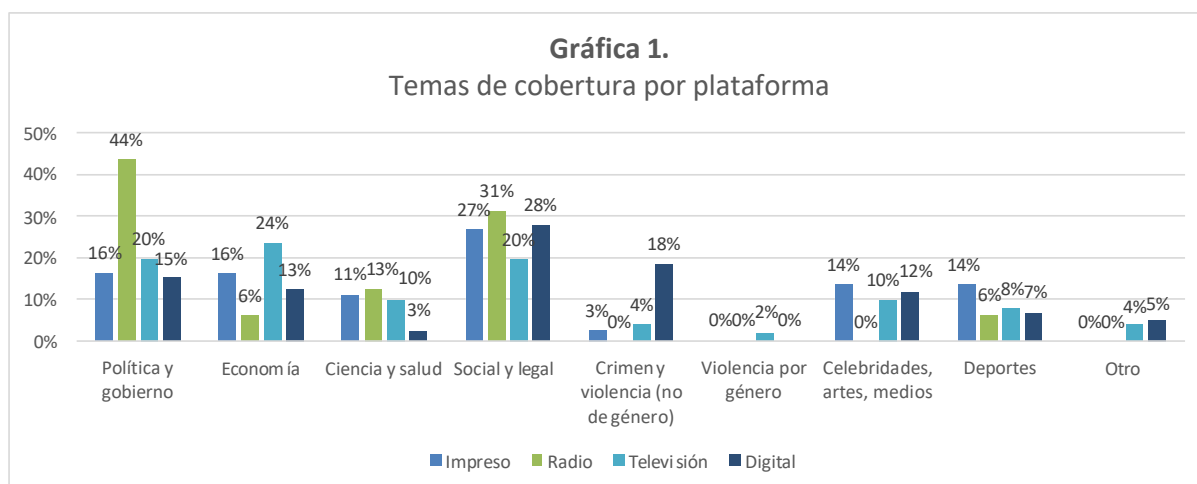
El tema social y legal fue el de mayor presencia en el impreso (27 %) y en las plataformas digitales (28 %), y ocupó un segundo lugar en importancia en la radio (31 %) y la televisión (20 %).

El tema de política y gobierno predominó en la radio (44 %), y fue el segundo más relevante en el resto de los medios: televisión (20 %), impreso (16 %) y digital (15 %).

El tema de economía tuvo mayor peso en la televisión (24 %) y en el impreso (16 %), mientras que resultó de menor importancia en la radio (6 %) y en las plataformas digitales (13 %).

Llama la atención que las notas sobre crimen y violencia ocuparon el segundo lugar en las plataformas digitales (18 %), a diferencia de los otros medios estudiados, en los que tuvieron una presencia mínima (impreso, 3 %; radio, 0 %; televisión, 4 %).

La radio, por su parte, enfatizó, en tercer término, en las historias relacionadas con ciencia y salud (13 %), un tema que recibió menor atención en los demás medios analizados (impreso, 11 %; televisión, 10 %; digital, 3 %).



- **Espacio dedicado a los temas de cobertura en el impreso.** Se identificó una correspondencia entre los temas de mayor cobertura y los espacios asignados en el medio impreso: social y legal, política y gobierno, y economía. El tema social y legal ocupó mayor espacio y visibilidad sobre cualquier otro. Con frecuencia, se le asignaron páginas enteras (incluidas las portadas) (25 %), medias páginas (29 %) y cuartos de página (40 %). El de política y gobierno fue el segundo tema que ocupó mayor espacio, tanto en páginas enteras (19 %) como en medias páginas (21 %).

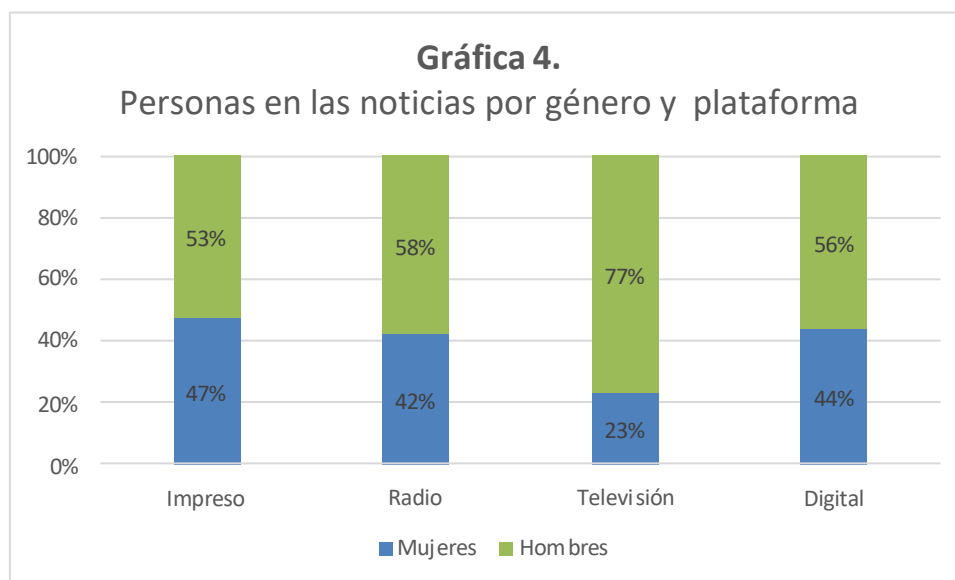
Finalmente, los temas de economía y deportes ocuparon un tercer lugar en cuanto al espacio que le otorgó la prensa; ambos ocuparon páginas enteras (13 %) y medias páginas (21

PERSONAS EN LAS NOTICIAS

- **Personas en las noticias (véanse las gráficas 2 y 3).** La presencia de mujeres como personas en las noticias –entrevistadas, mencionadas o sujetos centrales de las historias– fue significativamente menor en comparación con la de los hombres en todos los medios estudiados. En promedio, las mujeres fueron representadas en un 38 % en algunas de estas funciones en los medios tradicionales (impresos, televisivos y radiales) y en un 44 % en los digitales. Ni la prensa tradicional ni la digital identificaron a las personas no binarias.

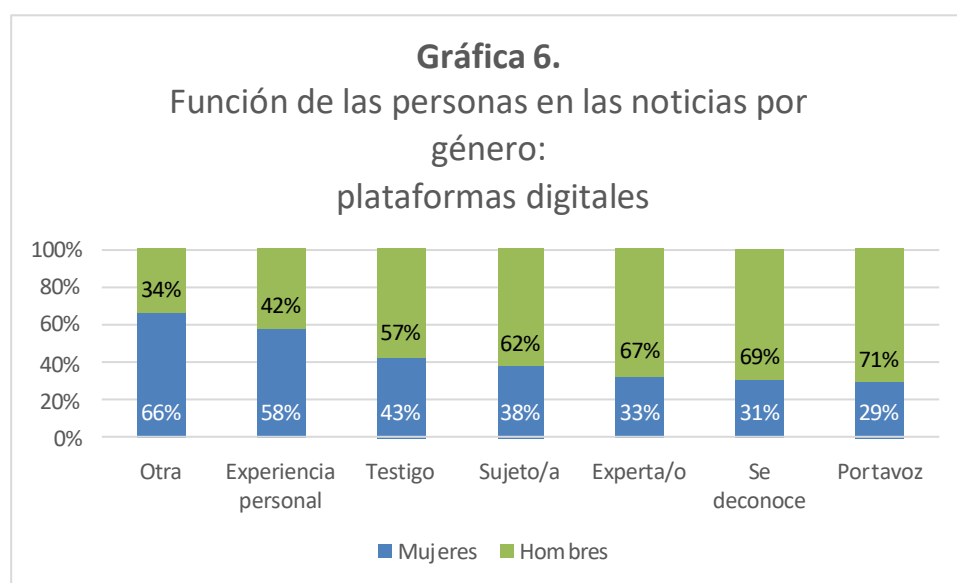
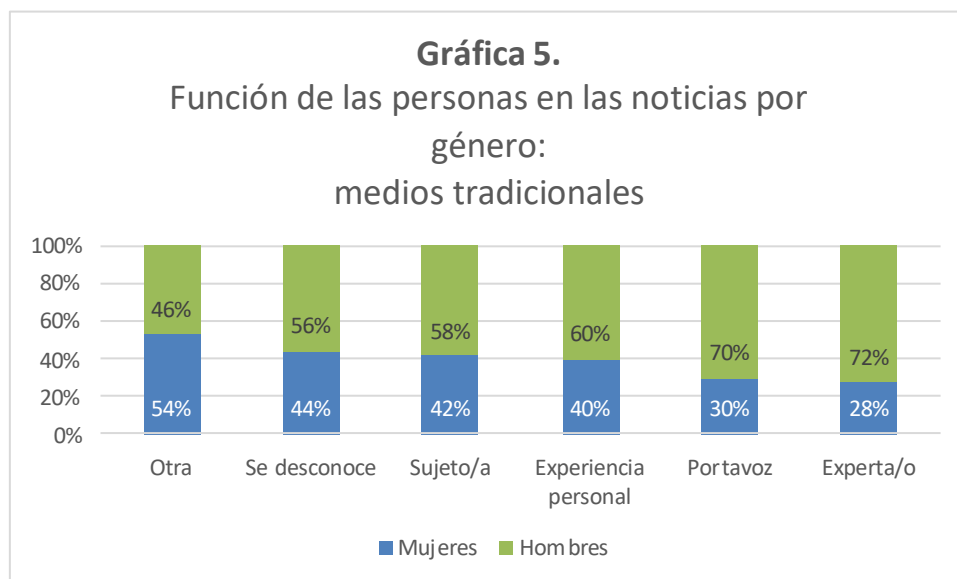


- **Personas en las noticias por género y medio (véase Gráfica 4).** Las mujeres figuraron, de forma minoritaria, como personas en las noticias en todos los medios analizados. El medio televisivo incluyó la menor cantidad de mujeres como personas en la noticia; el impreso, la mayor cantidad.



- **Función de las personas en las noticias por género (véanse las gráficas 5 y 6).** Los roles de las personas en las noticias son diversos, desde ser el eje central de la historia (sujeto) hasta fungir como portavoces, expertas, relatar su experiencia personal, actuar como testigos de un evento o representar la opinión popular.

La mayor cantidad de las personas en las noticias en los medios tradicionales y en las plataformas digitales fungieron en calidad de sujetos, portavoces y expertos(as). En los digitales, también tuvo prominencia el rol de testigo. En todas estas categorías, predominaron los hombres.



Las mujeres predominaron como personas que comparten su experiencia personal en los medios digitales (58 %), mientras, en la categoría otra (66 %), tanto en los digitales como en los tradicionales. Esta última categoría se aplicó cuando se mencionaba el nombre de una persona, pero no tenía un rol definido en la historia.

En las categorías restantes, tanto en los medios tradicionales como digitales, las mujeres fueron minoría en todos los roles identificados, particularmente en aquellos de mayor autoridad y peso informativo: sujetos, expertas y portavoces. En términos generales, solo tres o cuatro mujeres de cada diez personas fueron identificadas cumpliendo alguna de estas funciones.

Debido a la escasa presencia en las historias analizadas, se excluyeron las categorías de *testigo* (n=1) y *opinión popular* (n=5) de la gráfica correspondiente a los medios tradicionales, y la de *opinión popular* (n=2) de la gráfica de los medios digitales.

- **Personas en las noticias por temas de cobertura (véase Tabla 1).** Las mujeres como personas en las noticias predominaron en pocos de los temas que tuvieron mayor cobertura en los medios: social y legal, política y gobierno, y economía.

En los medios tradicionales, las mujeres prevalecieron en los temas de ciencia y salud (60 %); en las plataformas digitales, en los de celebridades, artes y medios (69 %) y economía (59 %). La elevada cantidad de sujetos en las noticias en la categoría de celebridades se relaciona con la cobertura de los medios digitales de la Gala del Met, en Nueva York, que incluyó fotogalerías del desfile por la alfombra roja.

En los temas restantes, las mujeres fueron minoría tanto en los medios tradicionales como en los digitales: política y gobierno, economía (solo en los medios tradicionales), social y legal, crimen y violencia, violencia por razón de género y deportes.

Tabla 1. Personas en las noticias por temas en la cobertura periodística						
Tema	Impreso, radio y televisión			Digital		
	Mujeres	Hombres	N	Mujeres	Hombres	N
Política y gobierno	33 %	67 %	69	36 %	64 %	53
Economía	45 %	55 %	51	59 %	41 %	41
Ciencia y salud	60 %	40 %	10	50 %	50 %	4
Social y legal	27 %	73 %	60	39 %	61 %	71
Crimen y violencia (no por género)	0 %	100 %	5	7 %	93 %	55
Violencia por género	25 %	75 %	4	0 %	0 %	0
Celebridad, artes y medios	50 %	50 %	22	69 %	31 %	104
Deportes	45 %	55 %	55	21 %	79 %	24
Otros	0 %	0 %	0	67 %	33 %	6

- **Personas en las noticias por ocupación (véanse las gráficas 7 y 8).** Las mujeres como personas en las noticias representaron una minoría en las ocupaciones, oficios o caracterizaciones por las que fueron identificadas tanto en los medios tradicionales como en los digitales.

En los medios tradicionales, las mujeres predominaron solo en tres de las 26 categorías identificadas: *niña, joven o persona sin ocupación* (75 %, n=4), *científica o profesional tecnológica* (67 %, n=6) y *celebridad, artista, actriz, escritora, cantante, etc.* (52 %, n=31). Las primeras dos categorías constituyeron una presencia marginal en las historias periodísticas analizadas.

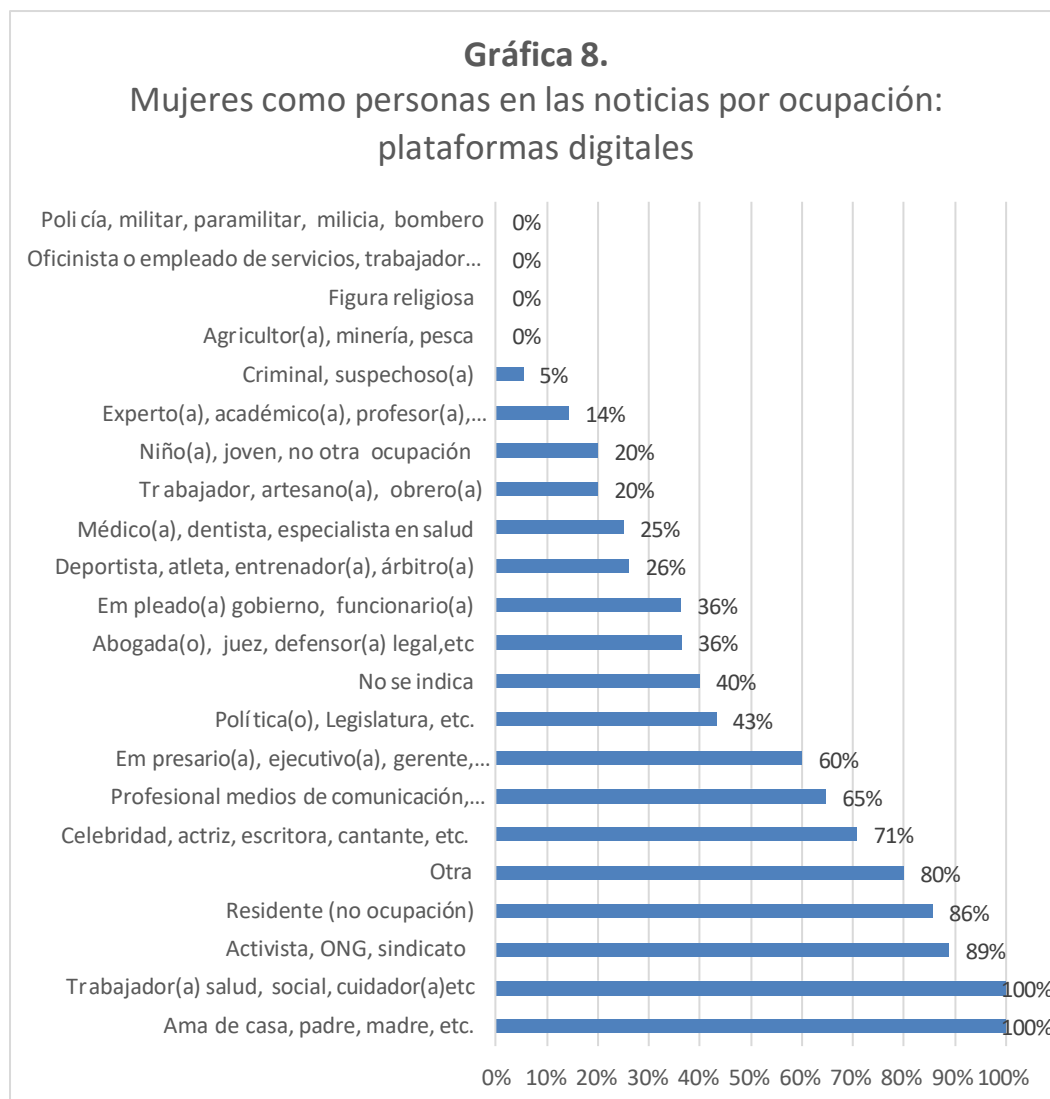
Si bien en las categorías de *trabajadora de salud y trabajador(a), artesano(a), etc.* se identificó una representación equitativa entre las mujeres y los hombres, solo se contabilizaron dos personas en cada uno de esos oficios (n=2). Este aspecto limita su peso estadístico.

Llama la atención que, en la categoría de *política*, las mujeres alcanzaron solo un 41 % (n= 41) de las personas incorporadas en las historias, a pesar de que la gobernadora en funciones es mujer y de la cantidad de historias que circularon ese día en torno a su gestión.

Otras dos ocupaciones que figuraron con mayor frecuencia en las historias, aunque con representación minoritaria de las mujeres, fueron *empleada(o) de gobierno* (34 %, n= 64) y *deportista* (45 %, n= 56 %).



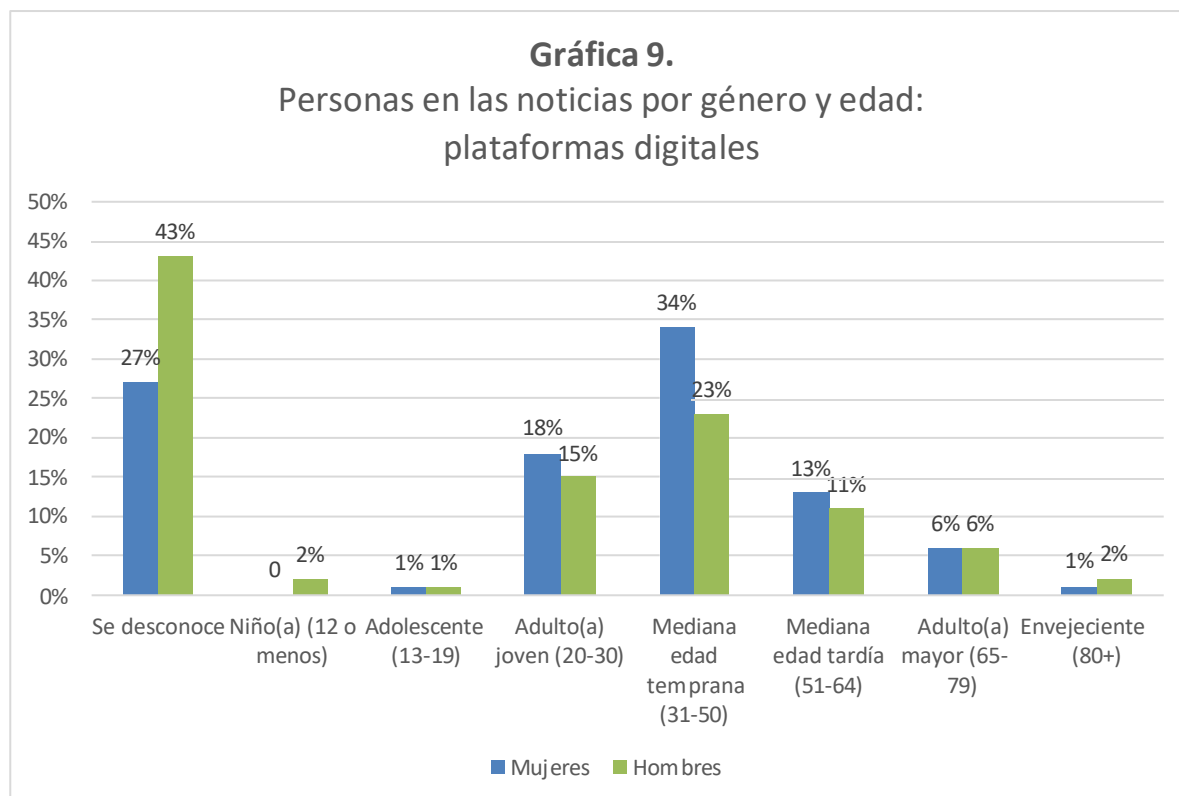
En las plataformas digitales, las mujeres predominaron en ocho de las 22 categorías representadas: *ama de casa, padre o madre* (100 %, N = 5); *trabajadora de la salud o cuidadora* (100 %, N = 1); *activista, empleada de ONG o sindicato* (88.9 %, N = 9); *residente o no identifica ocupación* (85.7 %, N = 7); *otra* (80 %, N = 5); *celebridad, artista, actriz, escritora, cantante o personalidad* (70.8 %, N = 72); *profesional de los medios de comunicación* (64.7 %, N = 17); y *empresaria o ejecutiva* (60 %, N = 5). Todas ellas, con excepción de *celebridad, artista, actriz, escritora, cantante, etc.*, tuvieron una presencia numérica limitada en el conjunto de historias analizadas.



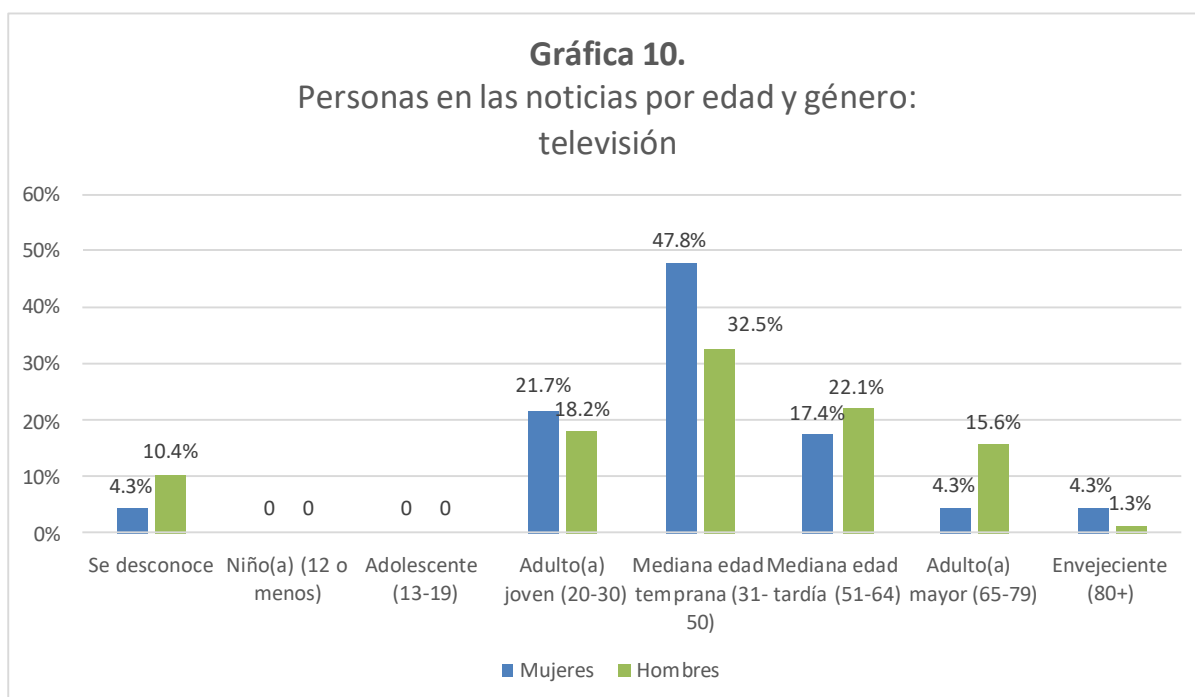
- **Personas en las noticias por género, edad y medio (impreso y televisión) (véanse las gráficas 9 y 10).** La edad de las personas en las noticias se exploró en tres de los medios estudiados: impreso, televisivo y digital. En el impreso y digital, se precisó a partir de la mención explícita en el escrito; en el televisivo, se estimó a base de la apariencia de las personas.

En el medio impreso, muy pocas personas fueron identificadas por su edad, aspecto que limita el análisis y peso estadístico de los resultados (n=8). Generalmente, fueron niñas(os), adolescentes y adultas jóvenes. No se identificó una diferencia marcada por razón de género.

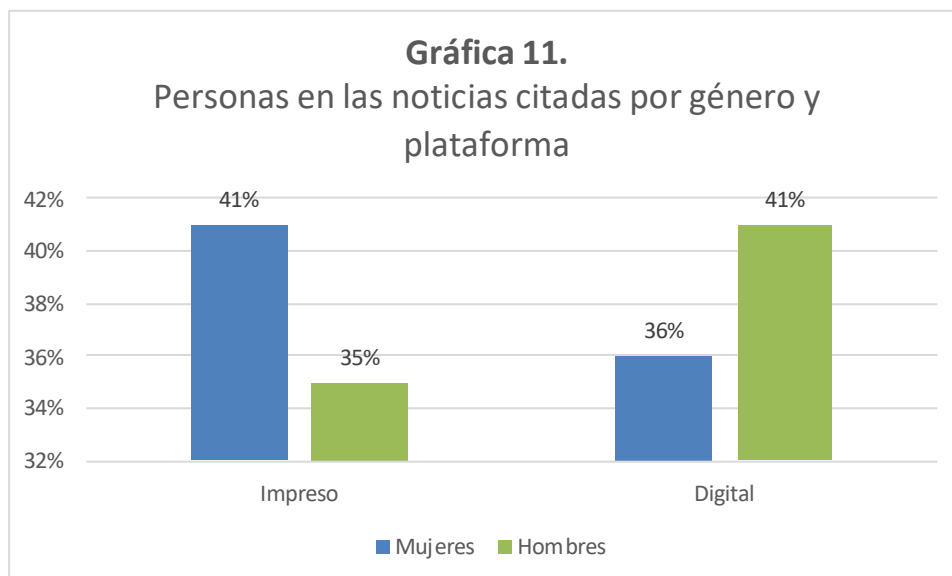
No obstante, en las plataformas digitales, las mujeres fueron identificadas por su edad con mayor frecuencia que los hombres. En un 27 de los casos se desconoce la edad de las mujeres en contraste con el 43 % de los hombres. Las personas identificadas por su edad generalmente pertenecían a la *mediana edad temprana* (31 a 50 años) tanto en el caso de los hombres como en el de las mujeres.



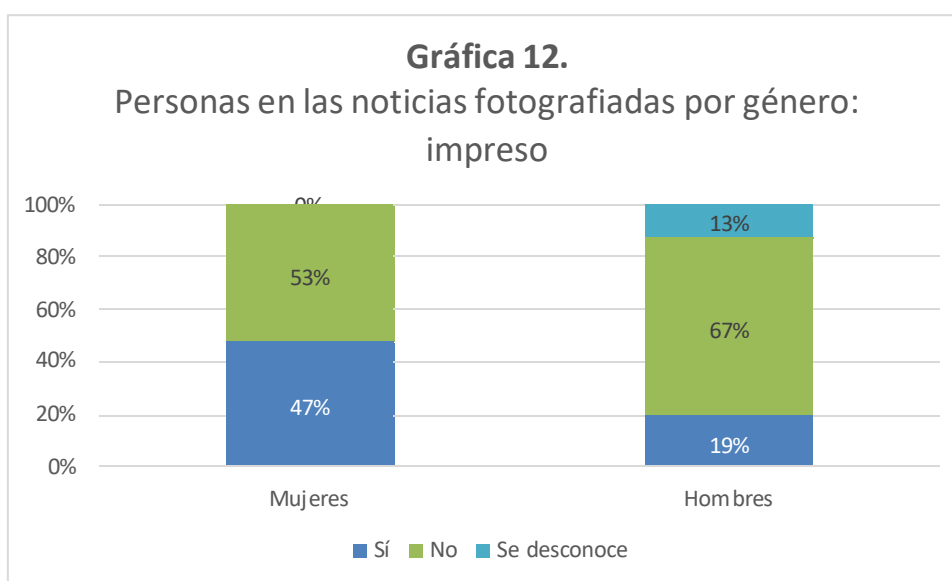
El estudio también permitió identificar la edad de las personas que aparecieron en las noticias de televisión. El rango entre 24 y 64 años fue el que tuvo mayor representación en este medio tanto para los hombres como para las mujeres. No obstante, en términos generales, las mujeres vistas en la televisión son más jóvenes que los hombres. Cerca del 70 % se encuentra entre los 20 y 50 años, y, en el mismo renglón, el 50 % de los hombres. Asimismo, los hombres tienen mayor representación que las mujeres entre los 51 y 79 años.



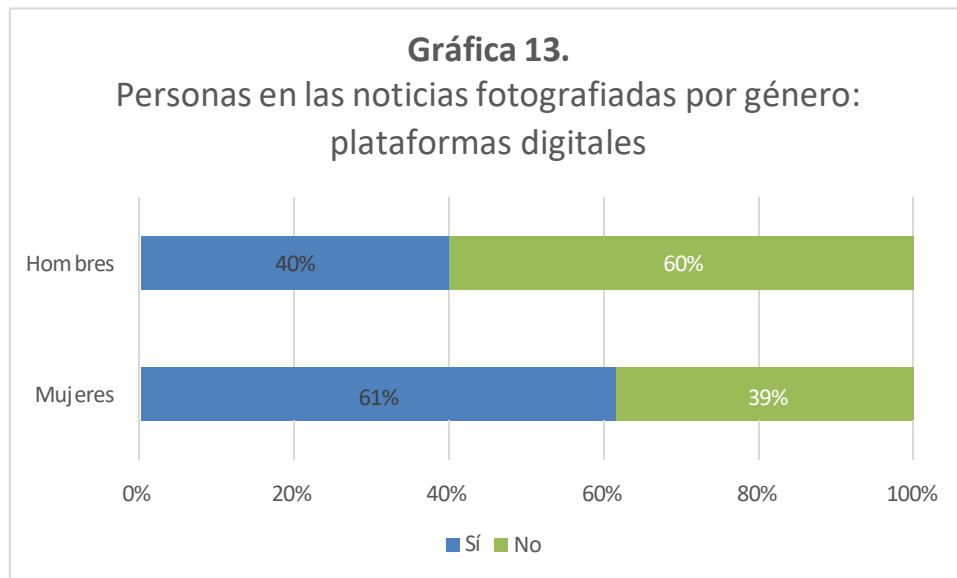
- **Personas en las noticias directamente citadas en el impreso y en las plataformas digitales (véase Gráfica 11).** Las mujeres como personas en las noticias fueron citadas con mayor frecuencia que los hombres en el medio impreso, no así en las plataformas digitales. Aunque las mujeres constituyeron una minoría como personas en las noticias, cuando formaron parte de una historia, fueron citadas más que los hombres en el impreso (41 % frente a 36 %). Es decir, sus palabras textuales fueron integradas en las historias con mayor frecuencia que los hombres. En las plataformas digitales, esta tendencia se invirtió: los hombres fueron citados con mayor frecuencia (41 %) que las mujeres (36 %).



- **Personas en las noticias fotografiadas (véanse las gráficas 12 y 13).** Entre las personas en las noticias, las mujeres aparecieron fotografiadas con mayor frecuencia tanto en los medios impresos como en los digitales. En las noticias impresas, las mujeres aparecieron fotografiadas en un 47 %, mientras que los hombres, en un 19 %.

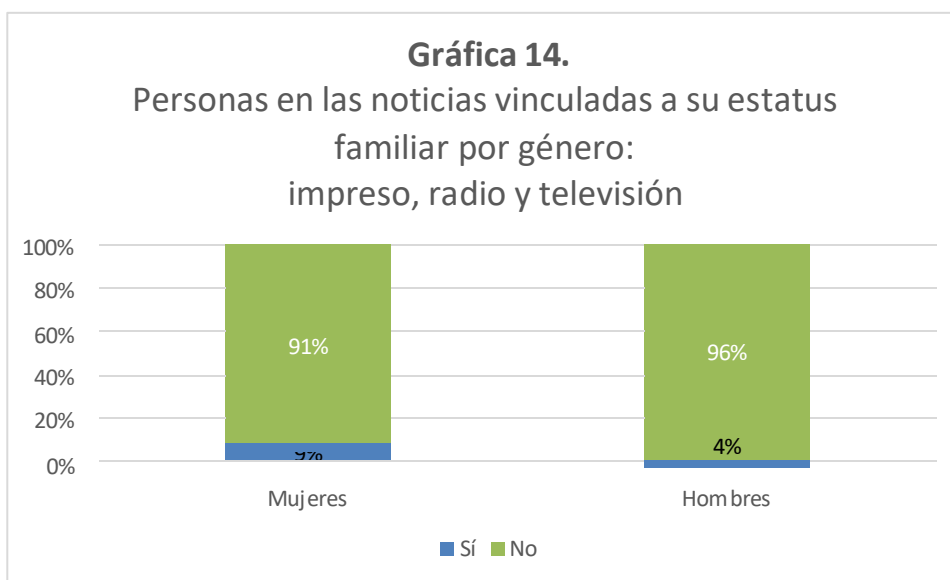


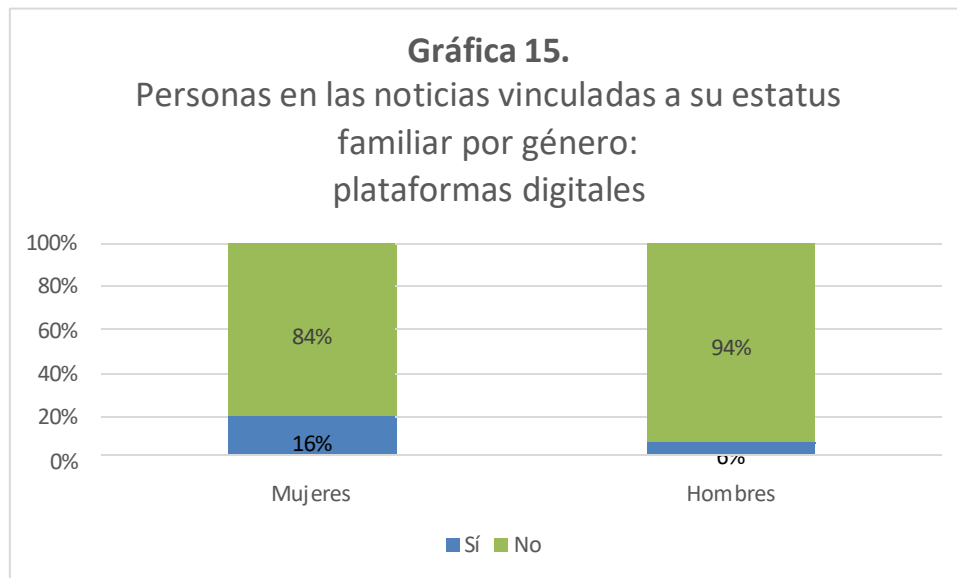
En el caso de las plataformas digitales, las mujeres también aparecieron fotografiadas con mayor frecuencia (61 %) que los hombres (39 %).



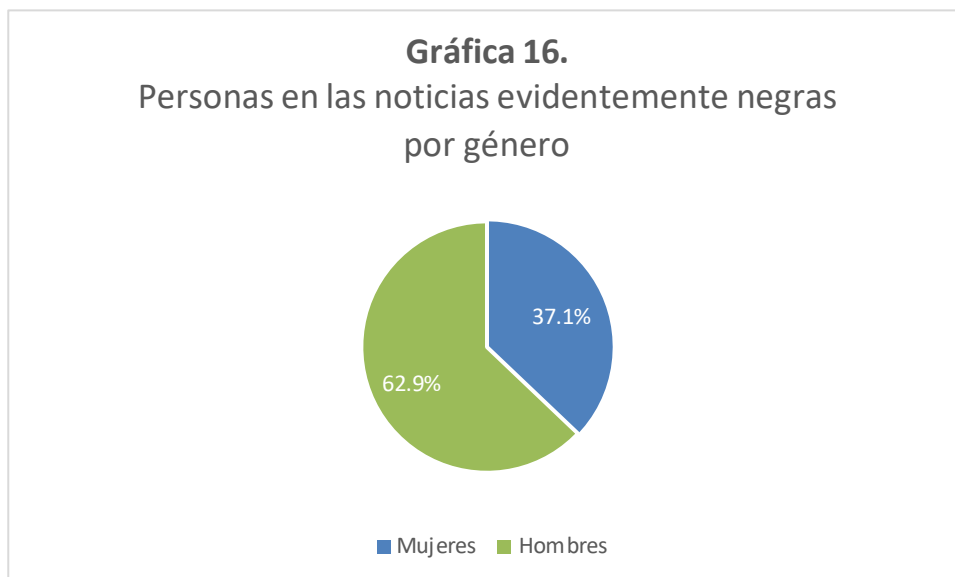
- **Personas en las noticias por género y relación familiar (véanse las gráficas 14 y 15).** El estatus familiar, en términos generales, se mencionó de forma minoritaria en las plataformas noticiosas. No obstante, cuando se aludió a este aspecto, se vinculó principalmente a las mujeres tanto en los medios tradicionales como en las plataformas digitales.

En prensa, radio y televisión, las mujeres como personas en las noticias fueron vinculadas a su estatus familiar en un 9 % frente a un 4 % de los hombres. Mientras, en las plataformas digitales, las mujeres fueron vinculadas a su estatus familiar en un 16 % de las veces frente a los hombres en un 6 %.

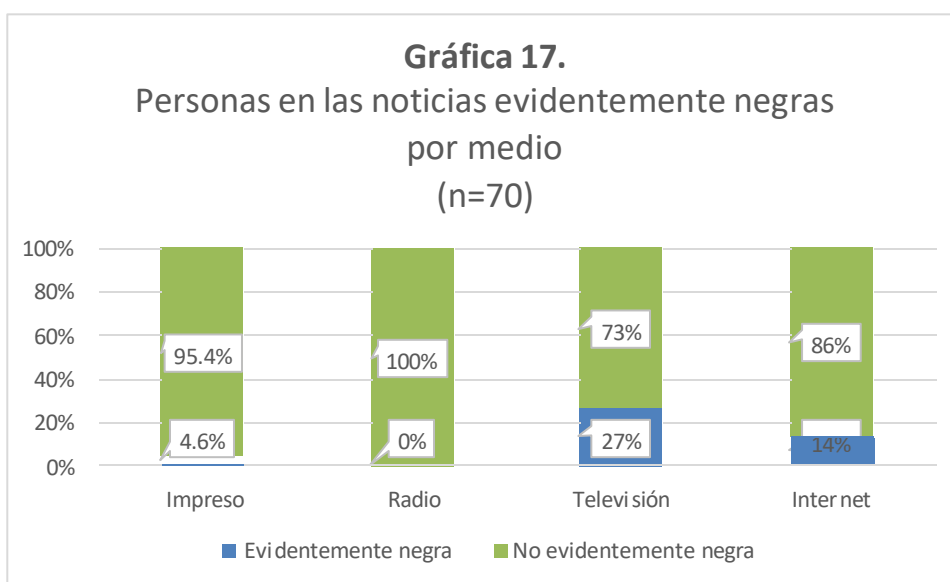




- **Personas en las noticias descritas por su apariencia física en todas las plataformas (pregunta específica para Puerto Rico).** Pocas personas fueron descritas en las historias por su apariencia física (N=6). Esta variable exploró si, en la narrativa de las historias, se aludió a la apariencia física (e.g., cabello, cuerpo, ojos, peso, etc.) o a la vestimenta (e.g., tacos, traje, gabán, etc.). De las seis personas descritas por su apariencia física, dos eran mujeres y cuatro, hombres. Tres de estas personas aparecieron en historias que trataban temas de celebridades, dos en notas de carácter social y legal y una de economía. La descripción de la apariencia física se presentó con énfasis en las plataformas digitales, en las que se identificó el 66.7 % de estos casos.
- **Personas evidentemente negras en las noticias (pregunta específica para Puerto Rico) (véanse las gráficas 16, 17 y 18).** La representación de la negritud a través de las personas en las noticias fue minoritaria (N=70). Esta variable buscó identificar si los medios incluían personas evidentemente negras en las fotos o en la descripción de la narrativa. (Véanse definiciones en la sección *Muestreo nacional y equipo de monitoreo*).
- En cuanto al género, las personas evidentemente negras representadas en las noticias fueron mayoritariamente hombres (62.9 %) frente a las mujeres (37.1 %).



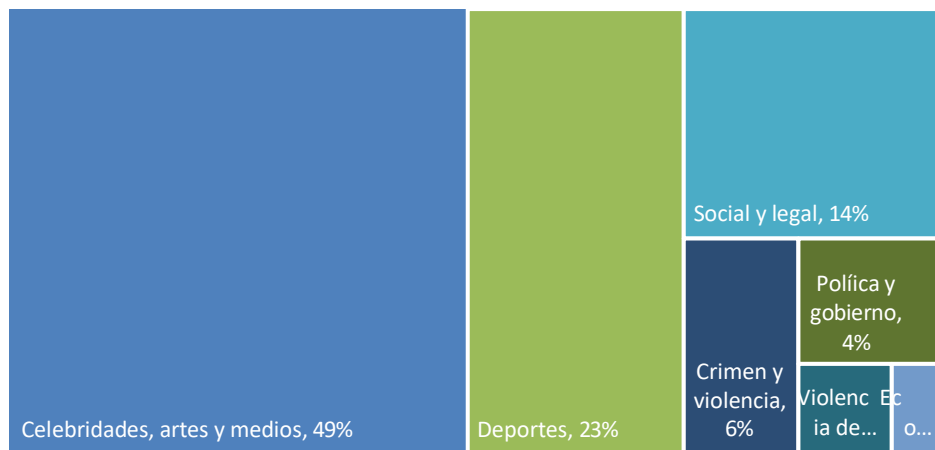
- Las personas evidentemente negras tuvieron mayor visibilidad en la cobertura televisiva (27 %), seguidas por los medios digitales (14 %) y los impresos (4.6 %). No se aludió a la negritud en las narrativas de los espacios radiales.



- Las personas evidentemente negras se vieron representadas con mayor frecuencia en la cobertura de temas relacionados con celebridades, artes y medios (48.6 %), deportes (22.9 %) y social y legal (14 %).
- Las mujeres predominaron en el tema de celebridades, mientras los hombres, en los de deportes y sociales y legales. La distribución por género por tema noticioso es la siguiente: celebridades, artes y medios (N=34: mujeres 58 %; hombres 41.2%), deportes (N=16: mujeres 25 %; hombres 75 %) y social y legal (N=10: mujeres 10 %; hombres 90 %).

Gráfica 18.

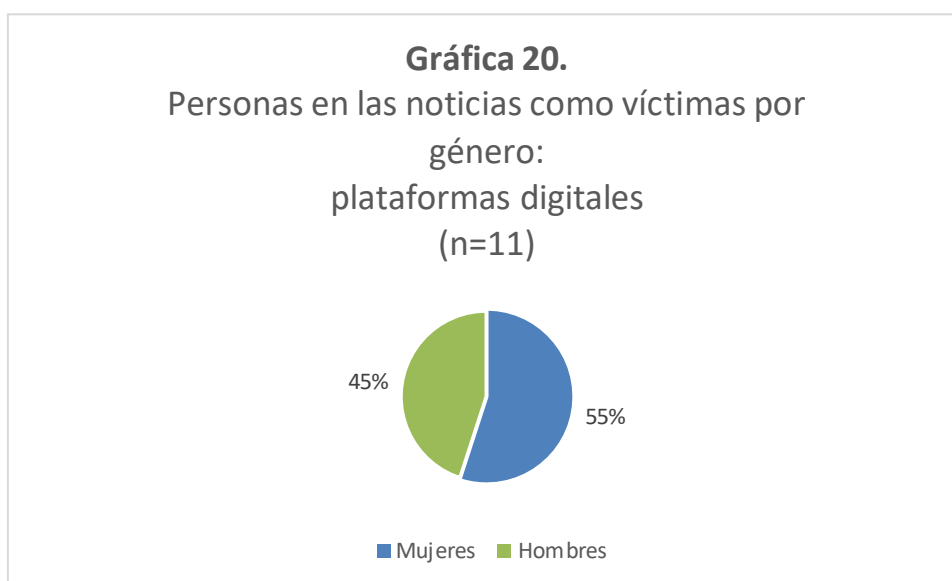
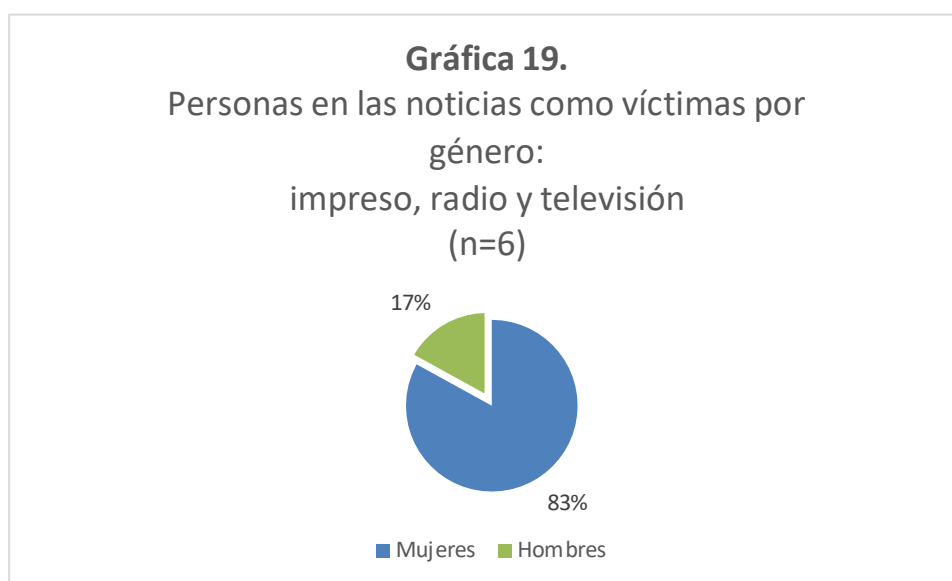
Personas evidentemente negras por tema noticioso



Construcción de “víctimas” en las noticias

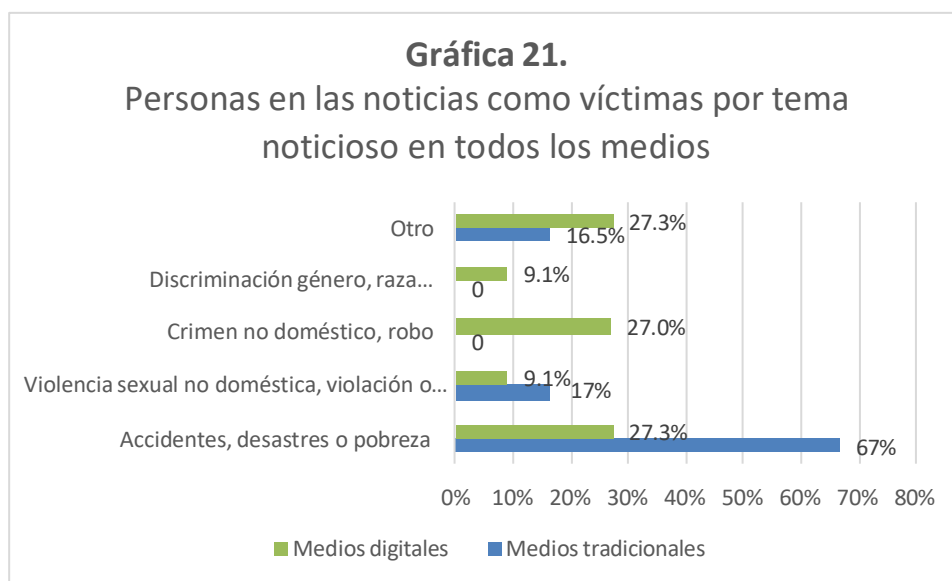
- **Personas en las noticias como víctimas por género (véanse las gráficas 19, 20 y 21).** La identificación de las personas como víctimas fue minoritaria en las historias periodísticas publicadas en el día del monitoreo tanto en los medios tradicionales (n=6) como en los digitales (n=11). Mas, en todos los medios, las mujeres constituyeron la mayoría de las personas en las noticias que fueron representadas como víctimas.

En el caso de los medios tradicionales, cinco de las seis personas identificadas como tales fueron mujeres (83.3 %), y, en el caso de las plataformas digitales, un poco más de la mitad: 6 de 11 (55 %).



En todas las plataformas, la mayor representación como víctimas se evidenció en las notas sobre accidentes, desastres o pobreza; en crímenes no domésticos, como robo, y

en temas de violencia sexual no doméstica, violación o agresión. Un porcentaje significativo se ubicó en la categoría *otro*.

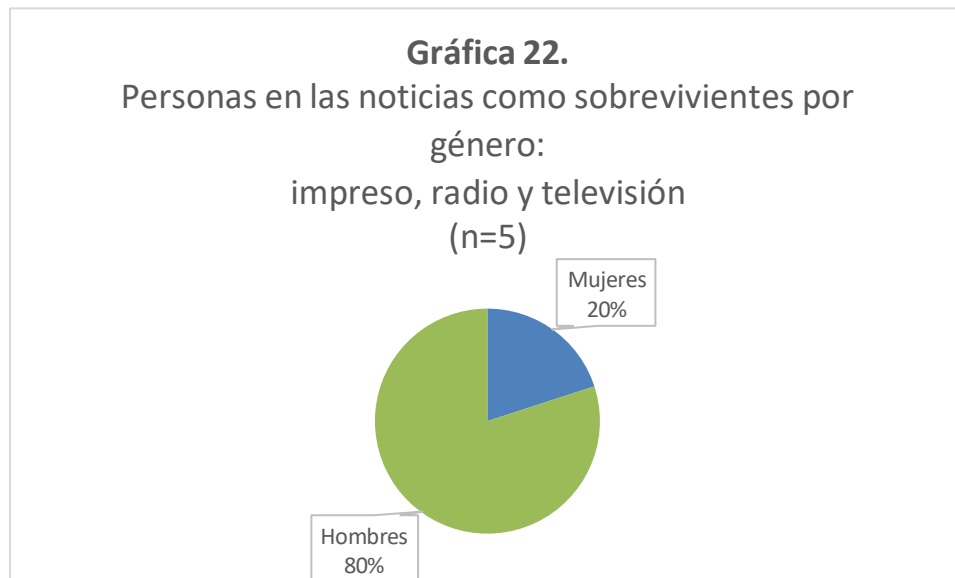


De las cinco veces que las mujeres fueron representadas como víctimas en los medios tradicionales, en cuatro ocasiones fueron en contextos de accidentes, desastres o pobreza, y en un caso, en temas de violencia sexual no doméstica, violación o agresión, etc. En el caso de los hombres, fue como *otra víctima*, no vinculada a ninguna de las categorías que apuntan hacia lo doméstico, sexual, accidentes, criminal, etc.

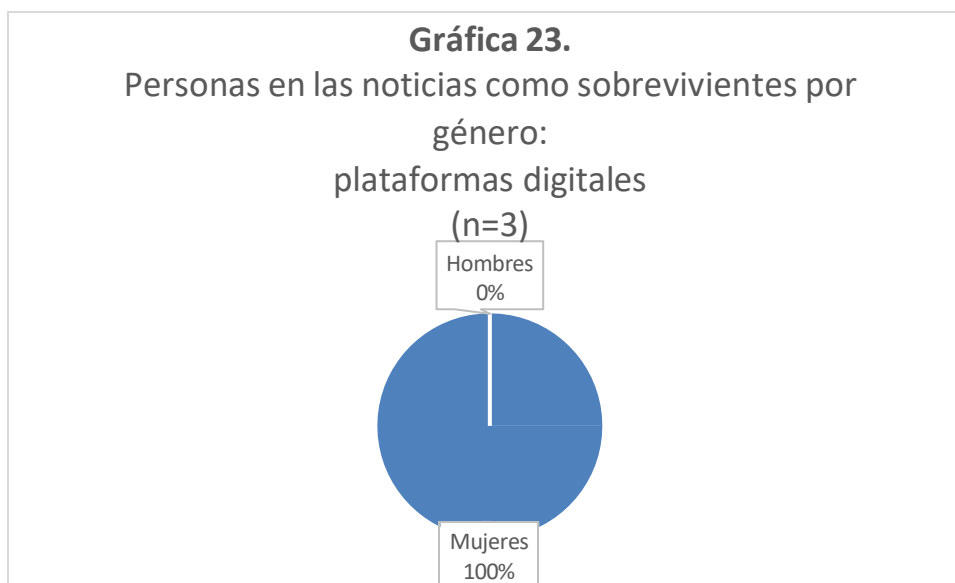
En el caso de las plataformas digitales, las mujeres fueron representadas como víctimas principalmente de accidentes, desastres naturales; temas de crímenes domésticos, como robo; y en *otra víctima*. También, una vez como víctima de violencia sexual no doméstica y otra vez como víctima de discriminación por razón de género, raza, etc.

- **Representación como "sobrevivientes" (véanse las gráficas 22 y 23).** Muy pocas historias en los medios monitoreados representaron a las personas en las noticias como sobrevivientes.

Solo en cinco casos se identificó a una persona sobreviviente en los medios tradicionales, y, en cuatro de ellos (80 %), fueron hombres: tres en casos de accidentes, desastres o pobreza, y uno, en temas de guerra, terrorismo, vigilantismo, violencia de Estado, etc. El único caso en que se identificó una mujer como sobreviviente (20 %) fue en una historia que trata el tema de accidentes, desastres o pobreza.



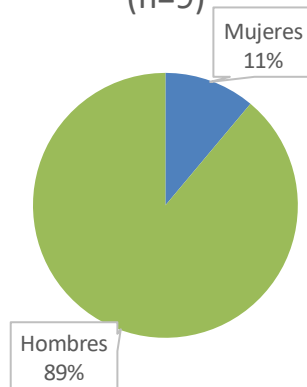
En el caso de las plataformas digitales, las tres personas que fueron representadas como sobrevivientes fueron mujeres. Tal identificación se dio en dos historias en las que sobreviven a un accidente, desastre natural, y una en un caso de violencia no doméstica, como violación.



- **Representación como "agresores(as)" en todas las plataformas (pregunta específica para Puerto Rico) (véase Gráfica 24).** Nueve personas en las noticias fueron representadas como agresores(as) en las plataformas estudiadas: ocho (86 %) fueron hombres y una, mujer. En seis de las ocasiones (66.7 %), esta identificación se dio en los contenidos publicados en las plataformas digitales

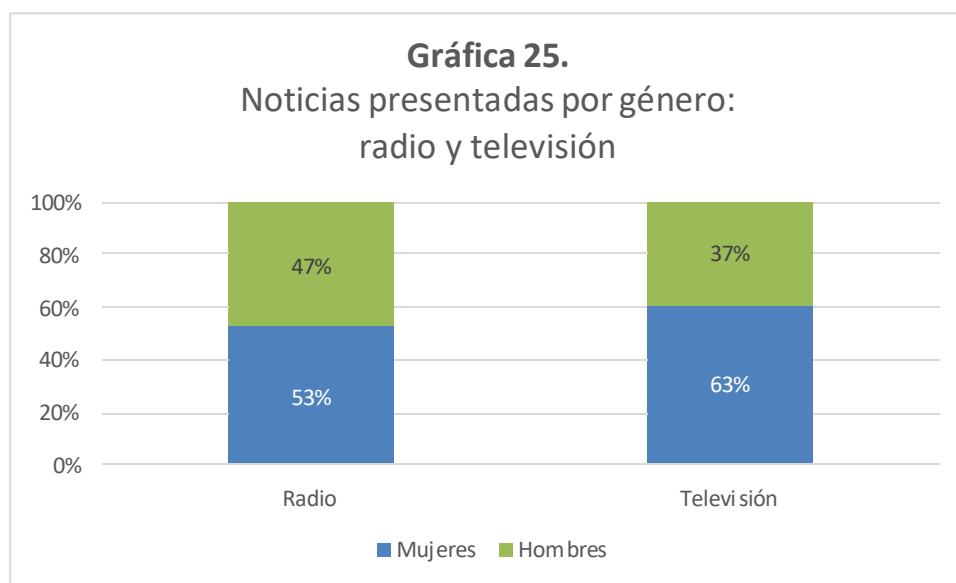
Gráfica 24.

Personas en las noticias como agresores(as) por
género en todas las plataformas
(n=9)

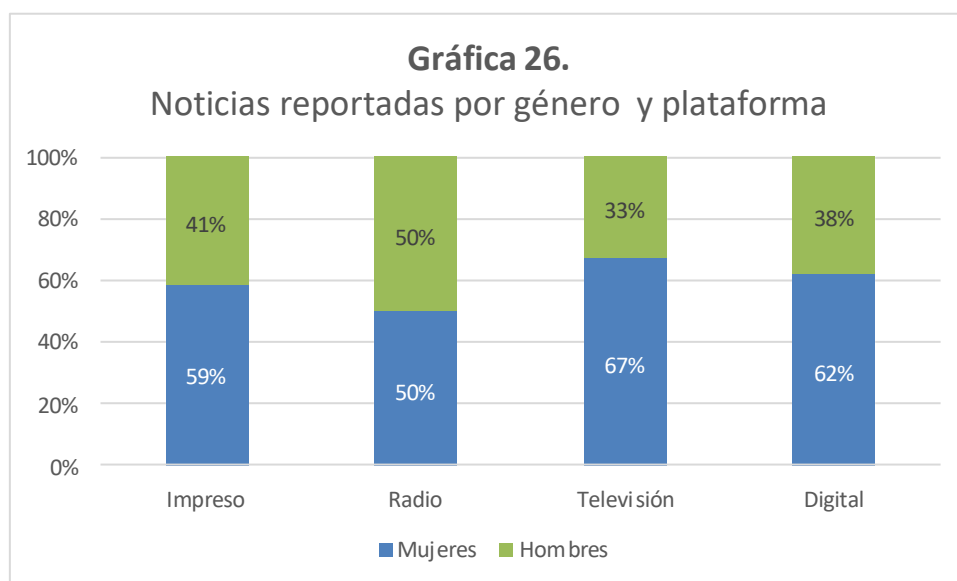


PERIODISTAS

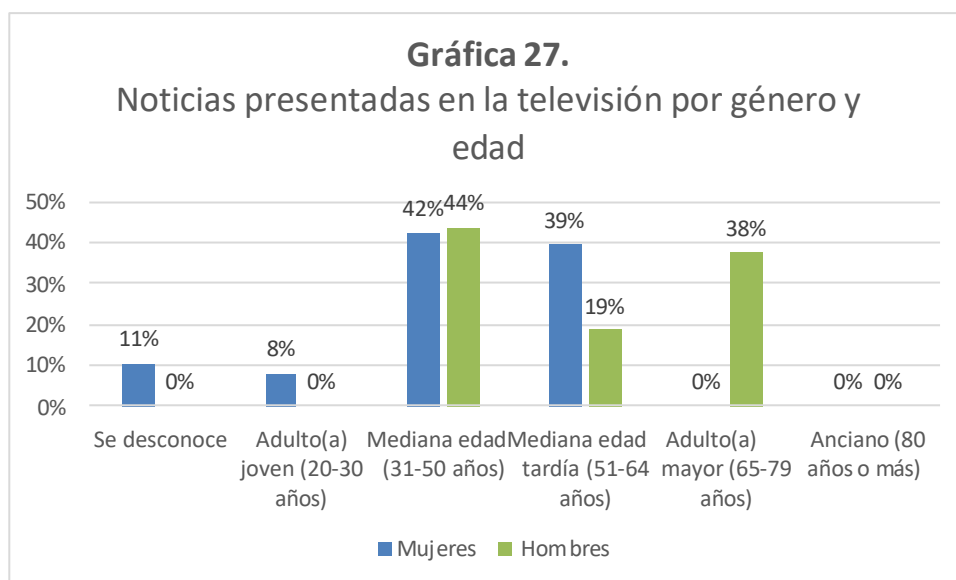
- **Presentadoras y reporteras por género.** Las mujeres, como presentadoras y reporteras, llevaron la mayor cantidad de noticias en todos los medios monitoreados.
- **Noticias presentadas en radio y televisión por género (véase Gráfica 25).** Las mujeres presentaron, en función de anclas y locutoras, la mayor cantidad de noticias tanto en la radio (53 %) como en la televisión (63 %).



- **Noticias reportadas en las plataformas tradicionales y digitales por género (véase Gráfica 26).** Las mujeres reportaron la mayor cantidad de historias en los medios impresos, televisivos y digitales. Además, reportaron, de forma equitativa con los hombres, las noticias radiales (50 %)

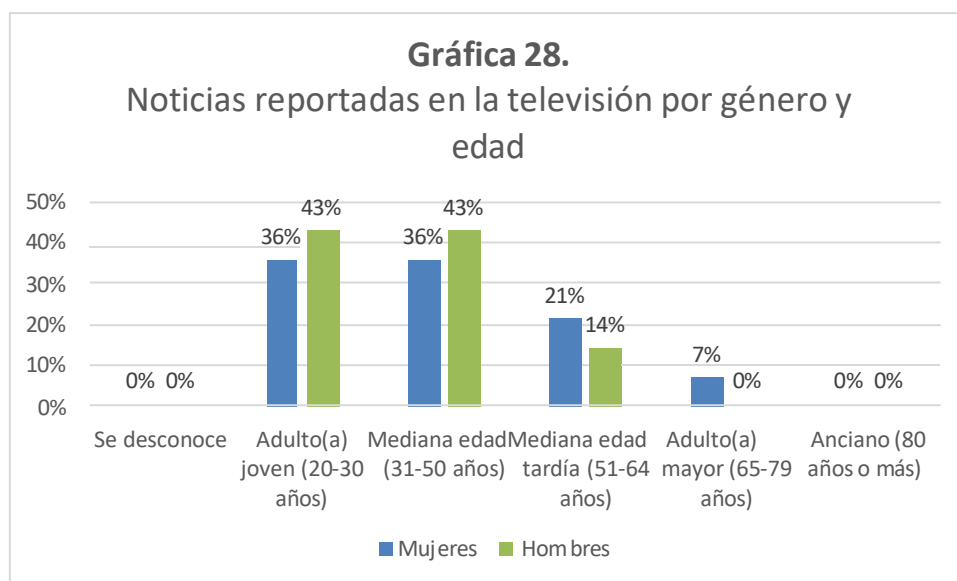


- **Edad de las presentadoras y reporteras en televisión.** La distribución de historias presentadas y reportadas varió por género.
- **Anclas o presentadoras en la televisión (véase Gráfica 27).** Las(os) periodistas de mediana edad (31-50 años) presentaron la mayor cantidad de historias dentro de cada género. No obstante, se identifica una tendencia en la que los hombres de mayor edad y las mujeres más jóvenes presentan la mayor cantidad de historias periodísticas:
 - **Presentadoras.** El rango de edad de las presentadoras es de 20 a 30 años y de 51 a 64 años.
 - 42 % de las historias fueron presentadas por mujeres entre 31 y 50 años
 - 39 %, entre 51 y 64 años
 - 8 %, entre 20 y 30 años.
 - **Presentadores.** El rango de edad de los presentadores es de 31 a 50 años y de 65 a 79 años.
 - 44 % de las historias fueron presentadas por hombres entre 31 y 50 años
 - 38 %, entre 65 y 79 años
 - 19 %, entre 51 y 64 años.

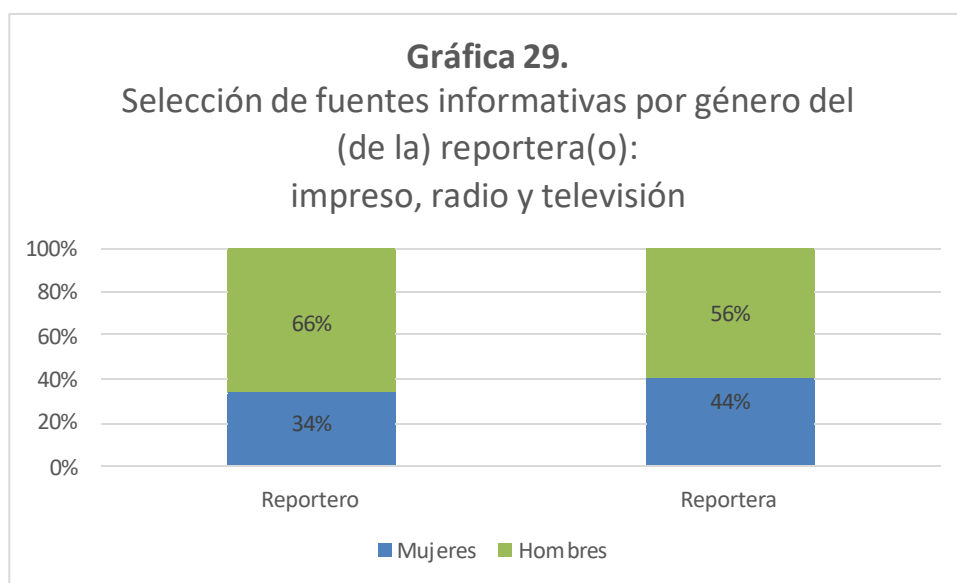


- **Reporteras de televisión (véase Gráfica 28).** La mayor parte de las historias fueron reportadas por adultos(as) jóvenes (20-30 años) y personas de mediana edad (31-50 años) de ambos géneros, aunque los hombres llevan una ventaja sobre las mujeres en ambas categorías. No obstante, más historias fueron reportadas por mujeres a partir de los 50 años que por hombres en el mismo rango de edad, como se ve a continuación:
 - **Reporteras.** 36 % de las historias fueron reportadas por mujeres entre 20 y 30 años; 36 %, entre 31 y 50 años; 21 %, entre 51 y 64 años; y 7 %, entre 65 y 79 años.
 - **Reporteros.** 43 % de las historias fueron reportadas por hombres entre 20 y 30 años; 43 %, entre 31 y 50 años; y 14 %, entre 51 y 64 años.

En términos porcentuales, los hombres en categorías más jóvenes reportan más historias que las mujeres.

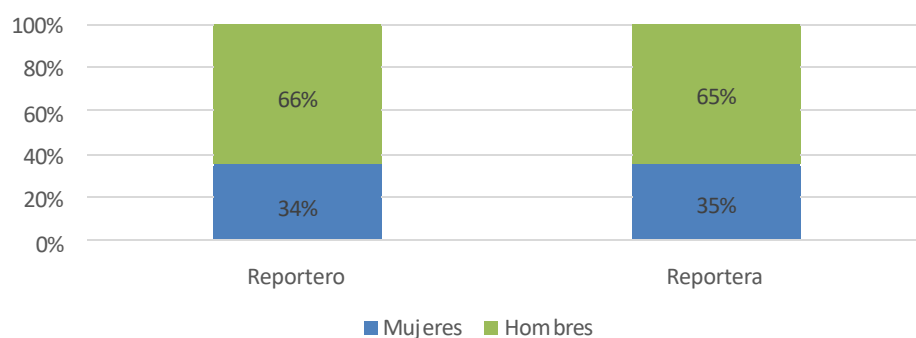


- **Selección de personas en la noticia por género de (de la) periodista (véanse las gráficas 29 y 30).** La selección de fuentes informativas varió por género y plataforma. En los medios tradicionales, las reporteras recurrieron a más fuentes femeninas (44 %) que los reporteros (34 %). Sin embargo, no existe una diferencia marcada en la selección de fuentes por género en las plataformas digitales. Los reporteros adoptaron un 35 % de sujetos mujeres, y las reporteras, 34 %.



Gráfica 30.

Selección de fuentes informativas por género del
(de la) reportero(a):
plataformas digitales

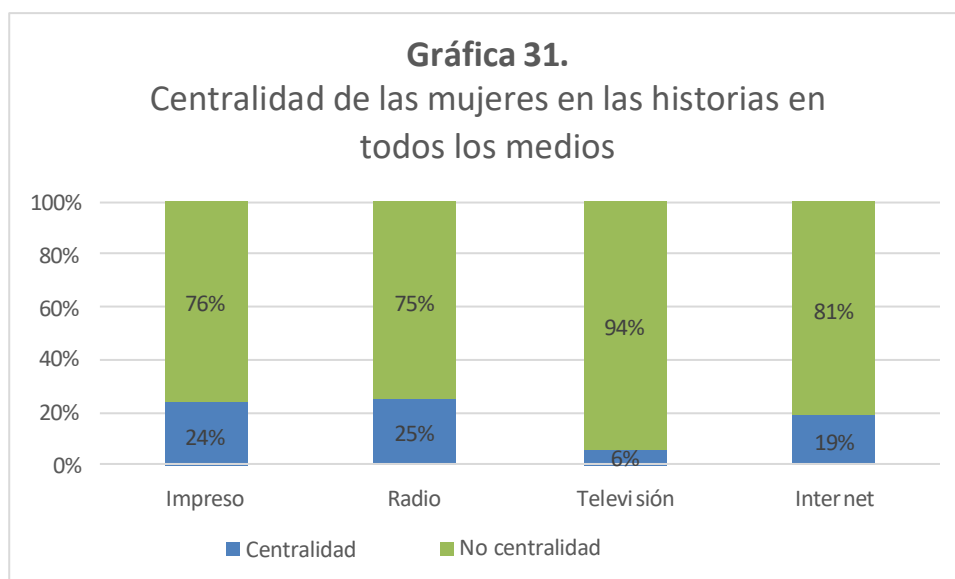


PRÁCTICA PERIODÍSTICA: SOBRE LA CENTRALIDAD DE LAS MUJERES, LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO Y LA INFORMACIÓN BASADA EN LOS DERECHOS

- **Tema del género.** La cuestión de género se insertó, de forma limitada, en la agenda de los medios informativos: no se abordó ni una sola vez en el impreso ni en la radio, y solo en un 4 % en la televisión y en las plataformas digitales.

En la televisión, la discusión de los asuntos relacionados con equidad-inequidad, legislación o políticas de género se concentró en los temas políticos y de gobierno, y de violencia de género. En las plataformas digitales, se distribuyó entre política y gobierno, ciencia y salud, social y legal, y crimen y violencia. #11, 41, 52,62-Internet

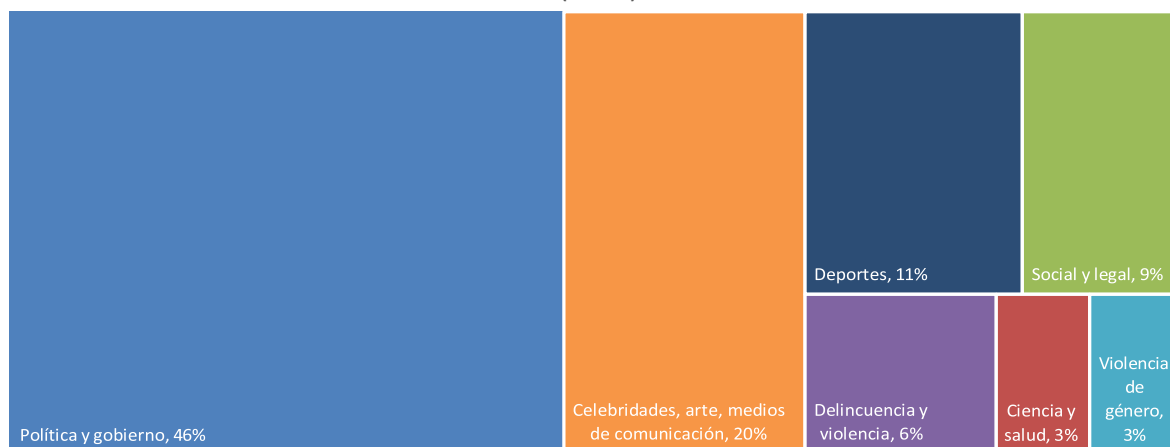
- **Mujeres como eje central de las historias (véase Gráfica 31).** Las mujeres apenas figuraron como eje central en las historias periodísticas. Pocas historias giraron alrededor de una o varias mujeres (impreso, 24 %; radio, 25 %, televisión, 6 %; digital, 16 %). En promedio, las mujeres fueron centrales en dos o tres historias de cada diez en los medios impresos, radiales y digitales, y, en el caso de la televisión, no fueron centrales ni siquiera en una de cada diez historias analizadas



- **Temas en que las mujeres son ejes centrales de las historias (véanse las gráficas 32 y 33).** Las mujeres fueron apenas sujetos centrales en las historias publicadas el día del monitoreo. No obstante, cuando así lo fueron, se identificaron principalmente en historias de política y gobierno, y celebridades, artes y medios de comunicación tanto en los medios tradicionales como digitales. Cabe destacar que Puerto Rico cuenta con una gobernadora, quien acaparó buena parte de la agenda noticiosa el día del monitoreo. También, el día del monitoreo circularon historias sobre la cantante colombiana Shakira y otras celebridades.

Gráfica 32.

Temas de cobertura en los que las mujeres son centrales:
impreso, radio y televisión
(n=35)



Gráfica 33.

Temas de cobertura en los que las mujeres son centrales:
plataformas digitales
(n=19)



- **Historias que resaltan la equidad o inequidad por cuestión de género.** El tema de equidad-inequidad por razón de género tuvo una presencia mínima apenas en la agenda noticiosa el día del monitoreo. Solo el 3 % de las historias en los medios tradicionales y el 4 % en los digitales resaltaron temas con esta temática. Llama la atención que, entre los medios tradicionales, solo el medio televisivo registró historias de equidad-inequidad por razón de género (impreso, 0 %, radio 0 %).
- **Estereotipos retados por razón de género.** Un número reducido de historias en los medios tradicionales (3 %) y digitales (3 %) retaron estereotipos por razón de género. En los pocos casos identificados en los medios tradicionales, los estereotipos se desafiaron en tres tipos de historias: celebridades, arte, medios; deportes; y crimen y violencia. En el caso de los medios digitales, en dos temas: crimen y violencia y deportes.
- **Enfoque en violencia de género**
No se presentan resultados sobre el tratamiento de la violencia de género,

debido a que esta temática fue mínimamente cubierta el día del monitoreo. La cantidad de historias identificadas no permite establecer correlaciones estadísticas.

ESTUDIOS DE CASO

Estudio de caso 1. Una noticia que ha sido sutilmente estereotipada

Periódico impreso: Primera Hora

Título:

- Portada: “Orgullosos de mi mami ‘cool’: Jenniffer Colón nos habla de su nuevo embarazo”
- Página 14: “Me dio mucha mala barriga”

Subtítulo o bajante:

- Página 14: *A meses de convertirse nuevamente en madre, Jennifer Colón habla sobre su embarazo sus nuevas aspiraciones una vez entregue la corona*

Fotos:

- **Portada:** Jennifer Colón y su hija e hijo adolescentes de 13 años cada uno
- **Fotos (página 14):** dos fotos: una de Colón con su hija e hijo adolescentes, y otra de Colón posando.

Calce de foto (página 14): *Mamá ‘cool’. Sus hijos mayores, María Valentina y Fernando José, sienten mucho orgullo por su madre.*

Texto: Véanse imágenes adjuntas.

Análisis:

La historia trata sobre la Miss Universe Puerto Rico 2024, Jenniffer Colón, y su cuarto embarazo. Colón se convirtió en la primera Miss Universe Puerto Rico que tiene de 36 años e hijos, a raíz de los cambios en las reglas del certamen de belleza. Tradicionalmente, estos concursos solo permitían participar mujeres mucho más jóvenes y que nunca se hubieran casado. La selección de Colón se vio como una ruptura con las valoraciones tradicionales de los concursos de belleza, que históricamente han destacado nociones de belleza intersecadas con las jerarquías de raza, edad, entre otras. La nota ofrece el contexto de su elección y menciona que Colón ve su elección como una forma de *redefinir el concepto de lo que es una reina de belleza* y de que las mujeres pueden *hacer de todo*. No obstante, lo que en apariencia parece destacar una ruptura con ciertos valores de género termina por afianzar otras valoraciones que se les han adscrito históricamente a las mujeres: la maternidad. La historia gira fundamentalmente sobre el rol maternal de Colón y sus tres hijos(as) y sobre su embarazo, y, solo al final del texto, se mencionan sus planes profesionales una vez concluya su reinado. De este modo, la nota revuelve sobre el valor de la maternidad como naturalmente femenino. Aunque se identifican los padres de los hijos de Colón, estos no ocupan un lugar importante en la historia; su mención tiene un propósito referencial de quién es el padre de quién. Asimismo, la entrevista reproduce la noción del *síndrome de la supermujer*. Presenta a Colón como capaz de cumplir con múltiples roles: ser madre de tres hijos (y pronto de cuatro), hacer de todo, aunque se sienta mal de salud, con o sin mala barriga o cansancio. Nada constituye un impedimento. Este síndrome, que se reproduce en la nota, refuerza las expectativas que se tienen sobre las mujeres: que sobresalgan en muchos roles diferentes y que los hagan con excelencia. Tales presiones sociales llevan a que muchas mujeres sufran de depresión, ansiedad, *burnout*, entre otros. Se trata de una historia que destaca a una figura que representa un tipo de ruptura ero, pero el tratamiento del contenido refuerza las valoraciones tradicionales de género.

Estudio de caso 2. Una noticia que ha sido sutilmente estereotipada⁵

Periódico digital: Primera Hora

Título (primer y segundo nivel): “Jacky Fontáñez reacciona a rumores de una supuesta relación con ‘Molusco’”

Subtítulo o bajante (segundo nivel): *Hay tanta gente que en Puerto Rico necesitan esa distracción, que necesitan buscar ponerle un nombre a diferentes situaciones*

Foto: Tanto en el primer como en el segundo nivel, se repite la misma foto de Fontáñez posando ante la cámara.

Calce de foto: Jackie Fontáñez se mostró consternada sobre los señalamientos.

Texto: Véanse imágenes adjuntas.

Análisis:

La historia trata sobre la reacción de la presentadora Jacky Fontáñez ante los rumores de que sostiene una relación amorosa con un personaje mediático conocido como Molusco, quien está casado. La breve historia ofrece el espacio para que Fontáñez desmienta dichas especulaciones. La información de Fontáñez se deriva de la intervención de la presentadora en un espacio radial. Al centrar la atención en la presentadora, el tratamiento informativo apunta a cómo la especulación mediática suele visibilizar y responsabilizar con mayor intensidad a las mujeres que a los hombres en narrativas relacionadas con presuntas infidelidades. Aunque la situación involucra a dos figuras públicas –una de ellas un hombre casado–, el énfasis de la historia recae sobre la mujer soltera, quien es presentada como el eje de la controversia. Este encuadre refuerza la noción de que las mujeres solteras pueden ser sujetos peligrosos o tentadores. Llama la atención que Molusco no es citado en la historia, lo que apunta a un tratamiento desigual de responsabilidades por cuestión de género.

De lo que se habla hoy



Otras

Jacky Fontáñez reacciona a rumores de una supuesta relación con “Molusco”

“Hay tanta gente que en Puerto Rico necesitan esa distracción, que necesitan buscar o ponerle un nombre a diferentes situaciones”.



Policía y Tribunales

Clonadores de tarjetas vuelven al ataque

Fueron detectados cometiendo sus fechorías en supermercados, negocios de venta de piezas de auto y de ropa de niños.



Reinas de belleza

Jennifer Colón: “Me dio mucha mala barriga”

Miss Universe Puerto Rico 2024 habla sobre su embarazo y sus nuevas aspiraciones una vez entregue la corona.



Puerto Rico

Una ayuda que da vida los servicios de apoyo a cuidadores

Margarita, una residente de 96 años de Guaynabo, recibe varios días a la semana la asistencia de un auxiliar del municipio.



Presentado por Centro Médico Episcopal San Lucas

Cirugía bariátrica: Tratamiento efectivo contra la obesidad

En la Clínica de Medicina y Cirugía Bariátrica del Centro Médico Episcopal San Lucas se ofrecen dos tipos de baipás: el estándar y el conocido como “Bagua”

⁵ En este análisis, colaboraron Alondra Maldonado, Johaneliz Serrano y Ángela Morales Dones.

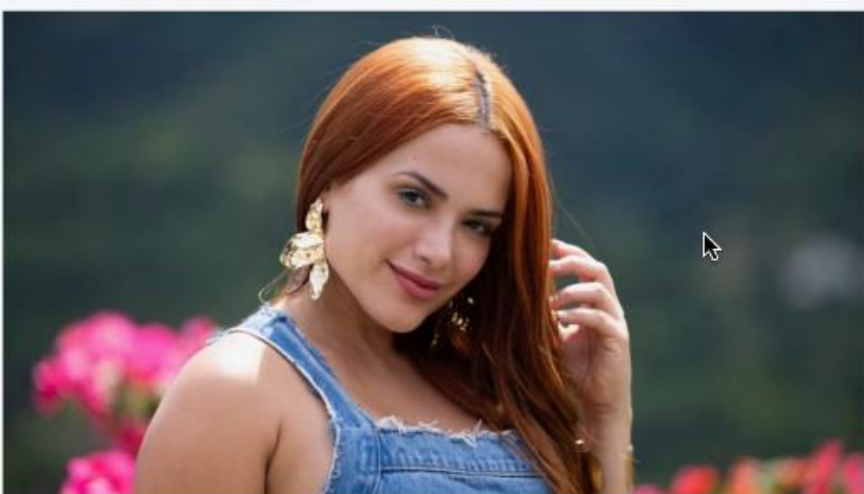
Selección De Cursos | miupi - portal de servicios electró...
PR Jacky Fontáñez reacciona a rumores de una supuesta re...
Google

Menú
Primera HORA
Últimas noticias Noticias Entretenimiento Deportes Estilos de vida Fotos Videos Opinión

Entretenimiento · Otras

Jacky Fontáñez reacciona a rumores de una supuesta relación con “Molusco”

“Hay tanta gente que en Puerto Rico necesitan esa distracción, que necesitan buscar o ponerle un nombre a diferentes situaciones”.





Por Primera Hora
5 de mayo de 2025 · 4:56pm



La presentadora Jacky Fontáñez utilizó el espacio radial de "What's Up" para expresarse con relación a la **serie de rumores que la han vinculado con Jorge Pabón, conocido como "Molusco", como una de las posibles razones de la segunda separación de su exesposa, Claudia Morales**, con quien el locutor se había reconciliado a principios de año.

"Yo estoy bien aislada a esto, particularmente. Una mentira repetida lo que ha hecho es causarle daño a mi integridad como mujer", expuso la coanimadora del espacio de La Nueva 94.7FM, quien antes de expresarse sobre el tema, detalló que tuvo un fin de semana con una agenda de trabajo cargada.

Relacionadas

- ▶ Molusco reacciona a las duras revelaciones de su exesposa: "Yo fui basura"
- ▶ Exesposa de Molusco se desahoga y revela razones del divorcio: "He aguantado años callando"
- ▶ Jacky Fontáñez se inspira en el encanto de Wadi Rum para sus nuevas fragancias

Periódico digital: Metro

Título (segundo nivel): “Rihanna: ¿Cuántos hijos tiene, cómo se llaman y cuál es su edad?”

Subtítulo o bajante (segundo nivel): *Rihanna sorprendió al aparecer en la alfombra roja de la Met Gala presumiendo su nuevo embarazo*

Foto: Una foto de toma mediana de Rihanna en la alfombra roja

Calce de foto: *Rihanna*

Texto: Véanse imágenes adjuntas.

Análisis:

Esta noticia surge de la participación de la cantante Rihanna en el desfile por la alfombra roja de la Gala del Met, en Nueva York. La historia refuerza valoraciones sexistas en torno al género. Más que su talento artístico o contribución a la música, este escrito se enfoca en el embarazo, la maternidad y la edad de la cantante. Este acercamiento resulta particularmente problemático si se considera que Rihanna es en la actualidad una de las cantantes y empresarias más exitosas en el mundo artístico, contexto que está ausente en el escrito. La historia se centra en su maternidad, la cantidad de hijos, la fecha en que nació cada uno y, ahora, en su tercer embarazo. Alude a la apariencia física de la artista durante el embarazo, su *pancita*, y a la reacción del público al verla embarazada. Expresiones como *pancita*, *el embarazo se le ve tan bien*, *la familia más hermosa...* se insertan en el escrito y contribuyen a romantizar y glorificar la maternidad. La historia no ofrece una mirada crítica sobre ninguno de estos aspectos. Tampoco elabora sobre la figura pública o su carrera más allá de su condición de madre. Esta historia ejemplifica cómo los medios naturalizan la maternidad como un valor intrínsecamente femenino y prioritario en la vida de las mujeres capz de opacar cualquier otro logro.



⁶ En este análisis, colaboraron Luis Rivera Echevarría, Allison Hernández Colón, Ana Solla Rosado y Hamzeth Momani Parra.

Rihanna causó furor en la Met Gala al anunciar su nuevo embarazo. La cantante llevó a la alfombra roja del evento de moda más importante del año luciendo su pancita que reveló que está a la espera de otro bebé. La situación se volvió viral en redes sociales, donde usuarios reaccionaron con sorpresa a la noticia.

Fue en la Met Gala que se celebró el pasado lunes 5 de mayo que Rihanna de 37 años apareció en la alfombra roja con una pancita que delató su embarazo de seis meses. La noticia se recibió con gusto en redes sociales, donde el nombre de la intérprete de 'Umbrella' se volvió una de las tendencias principales.

"El embarazo se le ve tan bien a Rihanna", "Estoy muy feliz por Rihanna y Rocky" y "Esta será la familia más hermosa de todos los tiempos", son algunos de los comentarios que internautas dejaron al respecto en X, en los que dejan ver su felicidad ante la noticia del embarazo de Rihanna de su pareja, el rapero ASAP Rocky.

gab @gabgonzalez Seguir
Rihanna and Rocky after the Met Gala.
Mirar en X

¿Cuántos hijos tiene Rihanna, de qué edades y cuáles son sus nombres?

Fue en el año 2021 cuando vimos a Rihanna embarazada por primera vez. Un paparazzi la captó paseando por la ciudad presumiendo de su pancita. Ese mismo año tuvo a su primer hijo al que nombró RZA Athelston Mayers.

La noticia de su segundo embarazo llegó en 2023 con el Super Bowl, pues la cantante presentó su espectáculo de medio tiempo sin ocultar su panza de embarazo, hecho que generó revuelo en redes sociales. La pequeña Riot Rose nació ese mismo año en agosto y fue presentada en una foto familiar.

Ahora, Rihanna está embarazada por tercera vez, tal como lo dejó ver durante la Met Gala. "Estoy bien. Sorprendentemente me siento bien y no muy abrumada por el momento", expresó a medios locales en el evento.

PopCulture @notgwendolyn Seguir
Rihanna pregnancy announcements
Mirar en X

Pinchazos en el Metro CDMX suman 68 denuncias y una persona vinculada a proceso
Por Leonardo Lugo V • 3 de mayo 2025 a las 13:58 hrs

Cae exmigrada de Guerrero vinculada a desaparición de evidencia en caso Ayotzinapa

Familiares de Valeria Márquez identifican su cuerpo, ¿dónde será velada?

"Narco huachicol" crece como

Estudio de caso 4. Historias que representan oportunidades perdidas o que no tienen en cuenta el género

Periódico impreso: *El Vocero*

Título:

- Portada: “Especial campeonato para Las Criollas de Caguas”
- Página 22: “Celebran el decimoquinto campeonato”

Subtítulo o bajante:

- Página 22: *Las Criollas de Caguas cumplen su dedicatoria a Pilar Marie Victoriá alzando el trofeo de la LVSF*

Fotos:

- Portada: Una foto a distancia de las voleibolistas del equipo celebrando la victoria.
- Página 22: Una foto más cercana de las voleibolistas abrazándose efusivamente, a modo de celebración, luego de conquistar el campeonato. Una segunda foto de un grupo de fanáticos celebrando.

Calce de foto (página 22):

- Foto 1: *El equipo de las Criollas celebra el campeonato en el Coliseo Roberto Clemente, de San Juan.*
- Foto 2: *Fanáticos de las Criollas alzan pancarta dedicada a la fenecida exvoleibolista, Pilar Marie Victoriá.*

Texto: Véanse imágenes adjuntas.

Análisis:

La historia reporta que el equipo de voleibol femenino de las Criollas de Caguas conquistó el campeonato de la Liga de Voleibol Superior Femenino. La nota fue destacada en la portada, mediante una llamada (página 1), y ocupó una página completa en la sección de Deportes (página 22). Resalta, desde el inicio (bajante y *lead*), que el equipo le dedicó la victoria a una jugadora del equipo fallecida en 2019, Pilar Marie Victoriá. No obstante, la cobertura representa una oportunidad perdida para visibilizar la cuestión de género en al menos dos aspectos evidentes: en los calces de fotos y en el uso de las fuentes informativas. Primero, en los calces de las fotos grupales, no se identifican a las personas que aparecen en las fotos. Las fotos son emotivas y muestran al equipo y la celebración de la fanaticada. Con el entendido de que los calces deben ser cortos y que no pueden identificar a cada persona incluida en las fotos de muchedumbre, el medio pudo haber nombrado a algunas de las jugadoras representadas en las imágenes. De esta forma, se hubieran visibilizado, mediante la identificación simultánea de nombre e imagen, a algunas de las mujeres que conforman el equipo. Segundo, la nota exhibe un desbalance de fuentes informativas. De las tres fuentes incorporadas en la historia, dos son masculinas: el padre de la jugadora fallecida, Luis Ernesto Victoriá, y el dirigente, Juan Carlos Núñez. La relevancia del dirigente es innegable y la inclusión del testimonio del padre de la jugadora fallecida añade emotividad a la historia. Sin embargo, la única fuente femenina se coloca al final de la historia: la Jugadora Más Valiosa, la estadounidense Kristen Lux. Fue la única jugadora incluida en la historia, quien es refuerzo. Ninguna jugadora del equipo regular fue citada. Este acercamiento muestra un desbalance por razón de género: a pesar de que el equipo es femenino, las voces autorizadas para narrar e interpretar el acontecimiento son masculinas. Este caso señala cómo el equilibrio de género se ve vulnerado incluso en historias directamente relacionadas con las mujeres.

El periódico **7** en Puerto Rico en lectoría y circulación.

el Vocero de Puerto Rico

¡GRATIS!

La verdad no tiene precio

AL MANDO DEL "DOGE BORICUA"

► Gobernadora Jennifer González encomienda a Verónica Ferraiuoli implementar su política de eficiencia pública, revisar todas las agencias y coordinar esfuerzos con la Junta de Control Fiscal.

►P3

Cine extranjero en la mira de los aranceles de Trump

►P14

REPORTAJES

Especial campeonato para las Criollas de Caguas

►P22

El mejor regalo para Mamá? Renovarle su marbete.

Márcalo digital con Pájar Guard!

¡REGRESARON! CHULETAS DE CORDERO AL GRILL

LONGHORN STEAKHOUSE

DESDE TIEMPO LIBERADO

BARCELONA | CÁDIZ | CÉZDRA | GIRONA | HAVANA | MADRID | PALMA DE MAYORCA | SAN JUAN | SAN PEDRO DE MACORIS

DEPORTES

Popovich presenta a Michel Johnson como nuevo entrenador de los Spurs

El entrenador de los San Antonio Spurs, Gregg Popovich, anunció este viernes que Michel Johnson será su nuevo asistente técnico. Johnson, quien ya ha trabajado con Popovich en el pasado, es un entrenador experimentado que ha ganado tres títulos de campeón de la NBA con los Spurs. Popovich dijo que Johnson es un gran jugador de equipo y que será un gran aporte al equipo.

El equipo de los Celtics celebró el campeonato de la NBA en el TD Garden.

Los jugadores de los Celtics celebraron su victoria en la NBA Finals con los Lakers en el TD Garden de Boston. El equipo de los Celtics ganó el campeonato por primera vez en 18 años. Los jugadores de los Celtics fueron celebrados por los fans y los medios de comunicación.

Comparten emoción por el título

Los jugadores de los Celtics celebraron su victoria en la NBA Finals con los Lakers en el TD Garden de Boston. El equipo de los Celtics ganó el campeonato por primera vez en 18 años. Los jugadores de los Celtics fueron celebrados por los fans y los medios de comunicación.

Emmanuel Mudiye es líder ofensivo

Emmanuel Mudiye fue el jugador más efectivo del equipo de los Celtics en la NBA Finals. Mudiye anotó 15 puntos en el partido de la noche del viernes y fue el jugador más efectivo del equipo. Mudiye fue el jugador más efectivo del equipo en la NBA Finals.

Mejor los Leones de Ponce

Los Leones de Ponce fueron el equipo más efectivo del equipo de los Celtics en la NBA Finals. Los Leones de Ponce anotaron 15 puntos en el partido de la noche del viernes y fueron el jugador más efectivo del equipo. Los Leones de Ponce fueron el jugador más efectivo del equipo en la NBA Finals.

Travis Tice regresa con los Criollos

Travis Tice regresó al equipo de los Criollos de Caguas. Tice fue el jugador más efectivo del equipo de los Criollos en la NBA Finals. Tice anotó 15 puntos en el partido de la noche del viernes y fue el jugador más efectivo del equipo. Tice fue el jugador más efectivo del equipo en la NBA Finals.

Celebran el decimoquinto campeonato

► Las Criollas de Caguas cumplen su dedicatoria a Pilar Marie

Las Criollas de Caguas celebraron su decimoquinto campeonato en la Liga de Fútbol Femenino de Puerto Rico. El equipo de las Criollas de Caguas ganó el campeonato por primera vez en 15 años. Las Criollas de Caguas fueron celebradas por los fans y los medios de comunicación.

Estudio de caso 5. Historia que muestra conciencia de género

Subtipo: Retan valoraciones tradicionales de género

Periódico digital: El Nuevo Día

Título:

- Primer y segundo nivel: “Jeannie Rice, la maratonista de 77 años que revoluciona la ciencia por su longevidad: ‘Tan joven como una mujer de 25’”

Subtítulo o bajante:

(Segundo nivel) *La atleta de élite corre 89 kilómetros semanales y reveló cuál es la dieta y el entrenamiento que la mantienen en forma*

Fotos:

- Primer y segundo nivel; dos fotos, una cercana de Rice y otra de ella corriendo (toma mediana)

Calce de (segundo nivel: Foto 1 y 2: Jeannie Rice

Texto: Véanse imágenes adjuntas.

Análisis:

Esta historia trata sobre Jeannie Rice, una maratonista de élite de 77 años. La historia desafía nociones tradicionales sobre la edad y el género, en particular nociones discriminatorias hacia la vejez, particularmente en las mujeres. El trabajo periodístico destaca la fortaleza, estamina y la salud de Rice, quien nació en Corea del Sur y luego emigró a Estados Unidos. Rice se presenta como una persona excepcional. Se resalta que la atleta ha batido récords mundiales en distancias de 1,500 metros. Incluso, se menciona que, *en algunas carreras, superó a los hombres que ganaron en esa categoría de edad*. La historia informa sobre estudios que indican que, en uno de los indicadores de rendimiento aeróbico, Rice supera a mujeres de 25 años. La historia relata que Rice empezó a correr a los 35 años y cómo fue involucrándose de forma progresiva en los maratones. En ese sentido, la información resalta los logros de una mujer sin trasfondo atlético que ha destacado de manera excepcional. Se informa que ha corrido más de 130 maratones y que, cada semana, corre 80 kilómetros. También, se revelan detalles sobre su alimentación y rutinas de sueño. En conjunto, la historia muestra eficazmente a una atleta ejemplar cuya trayectoria desafía las nociones de edad y género.



6 de mayo de 2025

Noticias ► Mundo

Locales

Gobierno

Legislatura

Política

Seguridad

Tribunales

El



Jeannie Rice, la maratonista de 77 años que revoluciona la ciencia por su longevidad: “Tan joven como una mujer de 25”

La atleta de élite corre 80 kilómetros semanales y reveló cuál es la dieta y el entrenamiento que la mantienen en forma

6 de mayo de 2025 - 12:00 PM

COMPARTIR



Se adhiere a los criterios de  The Trust Project



Jeannie Rice (El Tiempo / GDA)

Por La Nación Argentina / GDA

Periódico miembro del Grupo de Diarios América

El **VO2 máx** es la cantidad máxima de oxígeno que el cuerpo absorbe, usa y transporta cuando realiza una actividad física. Es considerado un indicador del rendimiento aeróbico.

Zanini, quien es uno de los autores del estudio, cuenta que Rice fue analizada en una serie de pruebas, seis días después de participar en el maratón de Londres de 2024. “Venía de batir el récord mundial en su categoría. Así que fue un muy buen momento para que entendiéramos cómo se desenvuelve su cuerpo”.

Se enfocaron en “**los determinantes fisiológicos del rendimiento excepcional**” de la atleta que asegura no sentirse diferente a otros corredores.

Más de 40 años corriendo

Rice, quien nació en Corea del Sur y emigró a Estados Unidos, tiene un hijo de 52 años y otro de 50. **Empezó a correr cuando tenía 35 años** porque quería perder unos kilos que había ganado en unas vacaciones.

“Comencé a trotar alrededor de la cuadra y, luego, sin darme cuenta, estaba corriendo distancias cada vez más largas”. **Primero 3.4 kilómetros, después 8.** Decidió unirse a un club de corredores de su comunidad y, junto a ellos, entrenó y se inscribió en su primera carrera: **el maratón de Cleveland, en 1983.**

“**Lo corrí en 3 horas 45 minutos.** Ahí supe que podía hacerlo y, por eso, me puse a entrenar un poco más duro”. Después vino el maratón de Columbus, que completó en 3 horas y 16 minutos, tiempo que le permitió clasificarse para el maratón de Boston. “Ahí me enganché. Desde entonces he estado corriendo maratones”.

PUBLICIDAD

Los triunfos se han traducido en más carreras dentro y fuera de Estados Unidos. “Ya no se trataba solo de correr en una competencia, **sino también de la emoción de viajar a otro país**”.

El primer récord mundial

Rice, quien corrió **más de 130 maratones**, cuenta que cuando tenía 70 años estableció por primera vez un récord mundial y lo hizo en el maratón de Chicago, en 2018. “El récord anterior tenía cinco años, romperlo fue algo muy importante para mí”.

“En 2019, fui a Berlín y batí mi propio récord por tres minutos: 3 horas y 24 minutos. Estoy segura de que alguien lo romperá pronto”. Ese récord lo estableció en la categoría de competidores de entre 70 y 74 años.

En 2023, en el maratón de Chicago, consiguió un nuevo récord en la categoría de 75 a 79 años. **“Y el año pasado, en el maratón de Londres lo batí”**.

La mirada ahora la tiene puesta en el maratón de Sídney, que se celebrará en agosto. “Estoy trabajando para ver si puedo romper mi récord”. **Cada semana, corre unos 80 kilómetros**, en un régimen de entrenamiento de seis días a la semana. “Siempre estoy lista porque corro a lo largo de todo el año”.

Cuando la ciencia toca la puerta

Amby Burfoot, quien se coronó campeón en el **maratón de Boston de 1968**, es un reconocido experto de esa disciplina. A su extensa experiencia corriendo maratones, se une su carrera como autor y periodista.

“Hemos visto las actuaciones de Jeannie y ha corrido más rápido que cualquier otra mujer de 75 años (de la que se tenga registro)”, le indica a *BBC Mundo*.

DEBILIDADES

La sesión, que duró unas tres horas, **Rice la recuerda como “realmente interesante”**.

Los resultados

La etapa de análisis tomó unos meses y en febrero, los investigadores publicaron *A case report of the female world record holder from 1,500 m to the marathon in the 75+ age category* (“Reporte del caso de una plusmarquista mundial femenina de los 1,500 m al maratón en la categoría de 75+ años”).

El estudio **“revela el VO2 máx más alto jamás registrado en mujeres mayores de 75 años** y una utilización excepcional (del oxígeno), en correspondencia con los umbrales metabólicos y la velocidad del maratón, comparable a la de corredoras de distancia de clase mundial más jóvenes”.

Zanini explica que con el VO2 máx que Rice registró en el laboratorio estuvo muy cerca del excelente nivel de condición física de una mujer joven que estipulan directrices como, por ejemplo, las del **Colegio Estadounidense de Medicina del Deporte**.

Además, la atleta reportó una **frecuencia cardíaca máxima de 180 latidos por minuto**, “muy por encima de lo que esperarías a su edad”. “Cuando se publicaron los resultados me dijeron que **mi condición física es casi tan joven como la de una mujer de 25 años**”, cuenta Rice.

“Realmente no me siento de esa manera”, dice entre risas. **“Pero supongo que se refieren a la forma en que corro”**. “No soy diferente a nadie. Corro con gente más joven y no veo ninguna diferencia, excepto que soy muy dedicada”.

“Correr es una parte muy importante de mi vida. Como le pasa a otros corredores, me siento muy motivada. **Me propongo un objetivo y es importante tener la determinación de alcanzarlo**”.

PUBLICIDAD

Burfoot contactó a Bas Van Hooren, profesor de Nutrición y Ciencias del Movimiento en la **Universidad de Maastricht**, en los Países Bajos.

“Me recomendó analizar a Jeannie porque sabe que hice estudios con atletas hombres de la categoría máster. Me dijo que ella también está rompiendo récords mundiales en esa división y me pareció **muy interesante porque no habíamos hecho estudios con mujeres**”, le dice Van Hooren a *BBC Mundo*.

Al conocer que Rice viajaría a Londres, el investigador llamó a su colega Michele Zanini y se comunicaron con ella. “Fue muy halagador que me pidieran participar”, cuenta la atleta, quien para **el momento del estudio tenía 76 años**.

“Le explicamos lo que pretendíamos hacer y lo que podíamos ofrecerle en términos de ideas sobre cómo entrenar mejor, que es lo que normalmente obtenés después de que te hacen una prueba fisiológica”, recuerda Zanini.

Pero este estudio va más allá de Rice, **su rendimiento también arroja luces sobre cómo podemos envejecer saludablemente**.

En el laboratorio

A la atleta le pidieron correr, en una máquina, “como lo hace habitualmente” al entrenar. Zanini señala que se enfocaron principalmente en **medir su capacidad aeróbica y estimar su rendimiento**. “Se hace en función de tres parámetros que se ven en la absorción máxima de oxígeno, es decir, **en la cantidad máxima de oxígeno que una persona puede usar**”.

“Eso nos permite evaluar la economía del ejercicio y la economía de la carrera, es decir, cómo ese oxígeno **se traduce en velocidad y en los umbrales fisiológicos**”.

Básicamente: **cuánto oxígeno Rice usa para maximizar el ejercicio**. También estudiaron parámetros relacionados con su técnica al correr y su arquitectura muscular, midieron su grasa corporal y tomaron muestras de sangre para evaluar los niveles de lactato.

PUBLICIDAD

“¿La edad?”, dice con una sonrisa **Jeannie Rice**. “La edad es solo un número”, agrega. Días antes de conversar con *BBC Mundo* había corrido en el maratón de Boston y, ahora, **tiene en la mira otras tres competencias**.

RELACIONADAS

ESTILOS DE VIDA

La vitamina que tienen que reducir los mayores de 50 años: Harvard y un experto en longevidad lo explican

Por El Tiempo / GDA

DEPORTES

“Sobrepasó la prueba del tiempo”: figuras del deporte elogian la longevidad del Medio Maratón San Blas

Por Fernando Ribas Reyes

ESTILOS DE VIDA

Así es el desayuno más saludable del mundo, según un famoso experto en longevidad

Por La Nación Argentina / GDA

Pero, por encima de esos eventos, **esta atleta de élite de 77 años** tiene “un gran objetivo”: “Espero mantenerme saludable para que **cuando tenga 80 años todavía pueda correr un buen maratón**”.

Rice batió récords mundiales en la categoría femenina de 75 a 79 años en **distancias que van desde los 1,500 metros** hasta el maratón. De hecho, en algunas carreras superó a los hombres que ganaron en esa división de edad.

Su **desempeño deportivo atrajo la atención de un equipo de**

investigadores que le pidió participar en un estudio. “Lo increíble de sus datos es que su VO2 máx es probablemente más alto que incluso el de mujeres de 25 años”, le señala a *BBC Mundo* Michele Zanini, investigador de la Escuela de Deporte, Ejercicio y Ciencia de la Salud de la **Universidad de Loughborough**, en Reino Unido.

RESUMEN Y CONCLUSIONES

El Monitoreo Mundial de Medios 2025 evidencia que aún persiste la desigualdad por razón de género en la cobertura periodística en Puerto Rico. Si bien se identificaron avances en la representación por razón de género en las noticias en comparación con el monitoreo del 2020, se encontró que tanto los medios tradicionales como los digitales siguen privilegiando a los hombres sobre las mujeres en su rol como personas en las noticias. Es decir, las historias se construyen o suelen girar en torno a sujetos masculinos. Las mujeres como personas en las noticias fueron identificadas más por su estatus familiar y como víctimas en comparación con los hombres, quienes suelen presentarse mayormente como agresores. La representación de la negritud en la cobertura periodística fue minoritaria; las personas en las noticias evidentemente negras fueron mayoritariamente hombres. No obstante, las mujeres fueron citadas y capturadas en imágenes con mayor frecuencia que los hombres. Asimismo, las historias divulgadas no destacaron los temas relacionados con (des)igualdad por razón de género. Las mujeres también predominaron en la presentación y el reporte de noticias.

Los resultados arrojan que el monitoreo realizado en Puerto Rico 2025 exhibió una mejoría en el Índice GEM, que calcula la brecha de género promedio en las noticias⁷. En el 2020, el índice se situaba en -25.040, y, en 2025, se redujo a -16.981. Si bien se presenta una disminución de un poco más de ocho puntos, los hallazgos sugieren que las mujeres en los medios informativos no ocupan un lugar central, lo que, a su vez, las posiciona en esferas de menor poder social. La constante ausencia de las mujeres, además, contribuye a su invisibilización.

Estos resultados se dan en el contexto en el que las mujeres reportaron la mayor cantidad de noticias. En ese sentido, apunta a la necesidad de fomentar una educación con perspectiva de género que también se traduzca en el quehacer periodístico.

Este estudio incluyó, por segunda vez, variables en la codificación orientadas a fracturar el binarismo y dar cuenta de otras identidades. No obstante, los datos indican que las personas transgéneros o no binarias continúan siendo dramáticamente invisibilizadas en las plataformas informativas.

Los hallazgos de este monitoreo coinciden con los encontrados en los estudios del 2005, 2010, 2015 y 2020:

1. Las mujeres siguen siendo minoría entre las personas en las noticias, mientras que los hombres predominan en ese rol.
2. A las mujeres como personas en las noticias se les relaciona con mayor frecuencia con su rol familiar en comparación con los hombres.
3. Las mujeres predominan en el rol de reporteras, particularmente en el medio impreso.
4. Desde la década de los sesenta, las mujeres conforman la mayoría del

⁷ El Índice GEM calcula la brecha de género promedio en las noticias (porcentaje de mujeres – porcentaje de hombres) para los siguientes seis indicadores: (1) todos los sujetos o fuentes de las noticias (personas en las noticias), (2) reporteros(as), (3) sujetos o fuentes de noticias económicas y empresariales, (4) sujetos o fuentes de noticias políticas y gubernamentales, (5) portavoces y (6) expertos. Una puntuación de +100 significa que todas las personas en las noticias son mujeres, mientras que una puntuación de -100 indica que todos los sujetos en las noticias son hombres, y 0 indica igualdad de género. Para más detalles, véase Djerf-Pierre, M., & Edström, M. (2020). The GEM-Index: Constructing a unitary measure of gender equality in the news. En M. Djerf-Pierre & M. Edström (Eds.), *Comparing gender and media equality across the globe: A cross-national study of the qualities, causes, and consequences of gender equality in and through the news media* (pp. 59–98). Nordicom, University of Gothenburg.

estudiantado de la Universidad de Puerto Rico. Sin embargo, como expertas en las noticias, continúan subrepresentadas, a pesar del alto nivel educativo de las mujeres en Puerto Rico.

5. Las historias no suelen retar los estereotipos por razón de género.

También, los resultados exhiben diferencias con respecto a los monitoreos del 2000, 2005, 2015 y 2020:

- Las mujeres presentaron más historias en la radio y televisión este año, distinto a monitoreos anteriores en los que predominaban los hombres (particularmente en la radio).
- En cuanto al reporte, las mujeres reportaron más historias que los hombres en todos los medios, y, por primera vez, se equipararon a los hombres en las noticias reportadas en la radio.

RECOMENDACIONES Y PLAN DE ACCIÓN 2026-2030

En un contexto en que los derechos civiles y humanos — entre ellos el valor de la diversidad y el género — han sido minados, más que nunca es importante promover una representación justa y balanceada en los medios informativos. Incluye no solo a las mujeres y los hombres, sino a las personas no binarias y a otras jerarquías sociales como la raza, etnia, clase social, orientación sexual.

La situación económica de los medios, el rol de las redes sociales, el asalto a la educación y a la diversidad presentan retos para promover una representación más justa en los medios. Se recomienda, entonces:

- Escoger líderes para el país que se comprometan con la cuestión de género y diversidad, y que lo demuestren no solo en sus expresiones públicas y plataformas de gobierno, sino en su práctica individual y política diaria. De esta forma, existe mayor probabilidad de que se legisle a favor de la diversidad y la cuestión de género. También, se requiere que encarnen y representen la misma diversidad.
- Acoger proyectos investigativos sobre la cuestión de género y diversidad por parte del personal docente universitario. Cobra mayor importancia ante la falta de recursos y las políticas del presidente de los Estados Unidos, Donald Trump, que han socavado todo lo vinculado con la diversidad y el género. También, ante la realidad de que las instituciones universitarias se han allanado a esos requerimientos.
- Estimular la educación sobre los medios, la perspectiva de género y sus intersecciones en el sistema educativo elemental, superior y postsecundario.
- Seguir cabildeando y resistiendo, para que la perspectiva de género y sus intersecciones sean un asunto medular en las instituciones sociales, y, cuando no lo sean, ser vocales al respecto.
- Solicitar, a los gremios periodísticos, que se unan a la academia para capacitar y sensibilizar a periodistas y a medios.
- Exigir que los medios establezcan políticas editoriales que consideren la desigualdad por razón de género y sus intersecciones en la producción del trabajo periodístico.

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 las plataformas digitales, 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(as), todos(as) ellos(as) comprometidos(as) 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(as) coordinadores(as) 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(as), presentadores(as) y reporteros(as) 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 (as) coordinadores(as) 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 las plataformas digitales, 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

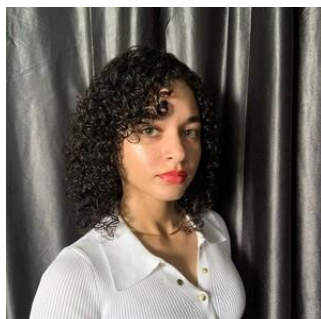
Desde aulas y oficinas hasta espacios virtuales compartidos, la red GMMP convirtió un día cualquiera de noticias en una instantánea representativa a nivel mundial del género en los medios de comunicación. Este logro no habría sido posible sin la dedicación de miles de voluntarios(as), cuyo cuidadoso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

Bibliografía

Lynn, P. (2018). Tackling Panel Attrition. In: Vannette, D., Krosnick, J. (eds) The Palgrave Handbook of Survey Research . Palgrave Macmillan, Cham https://doi.org/10.1007/978-3-319-54395-6_19

Anexo 2. Lista de monitoras y monitores

Líderes monitoras(es)



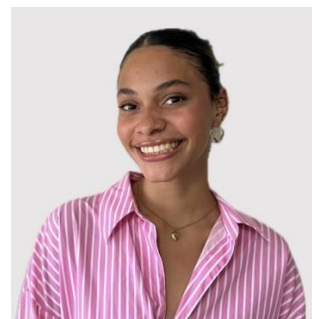
Dyrsia A. Andino Serrano



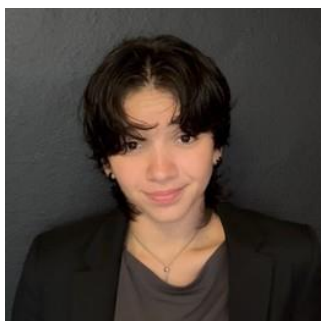
Isabel C. Burgos Rossy



Alexa S. Cardona Méndez



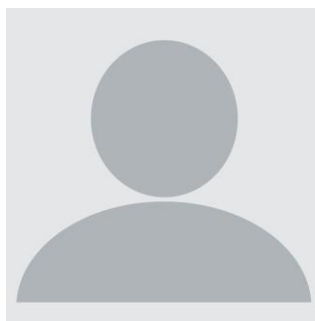
Ivanna Díaz Rivera



Paula Figueroa Galvez



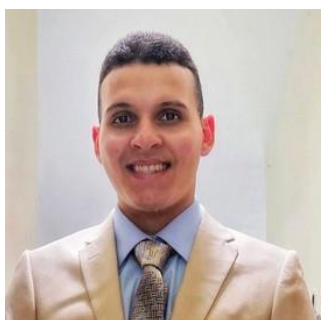
Alondra J. Maldonado Miranda



Sarah M. Maldonado Trinidad



Marina Reyes Huertas



Luis Rivera Echevarría



Indira Rodríguez Rivera



Adilén B. Santiago Báez



Layra Serrano Reyes



Natalia Soto Serra



Kamilha D. Soto Villanueva

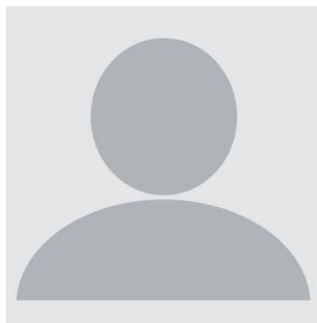
Monitoras(es)



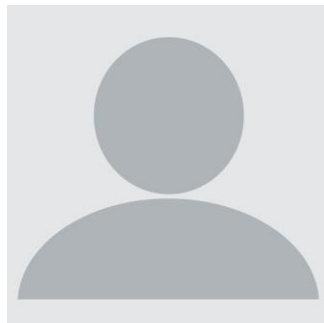
Nayelis Alonzo Quevedo



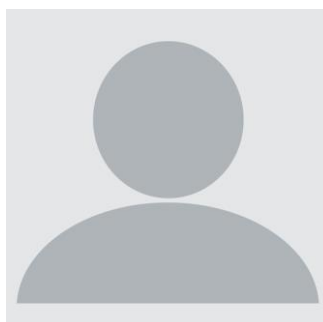
Yanelis Alvarado Figueroa



Caridad Álvarez Álvarez



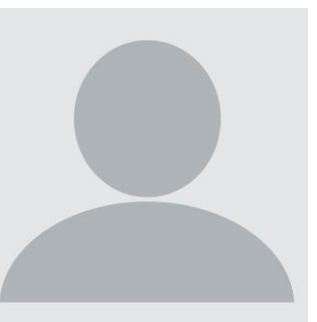
Laura M. Asencio Arroyo



Leilany Boria Figueroa



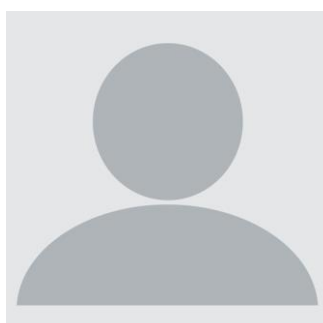
Valeria Carrión Rivera



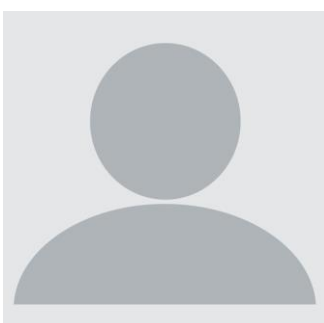
Sofia L. Castro Betancourt



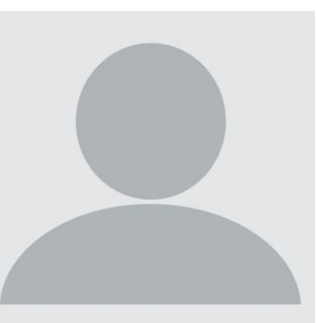
Ana Castro



Paola G. Chaparro Serrano



Camila I. Cobo Ortiz



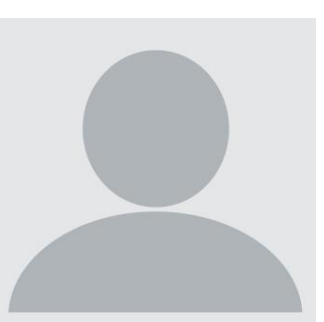
Gabriela A. Dávila Lozada



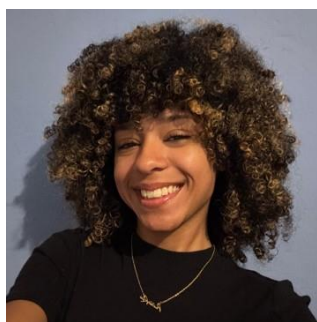
Sofía I. De Jesús Ortiz



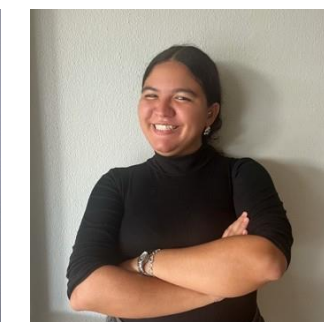
Sofía V. Delgado Torres



Carolynn L. Figueroa Santiago



Paola S. Geigel Ramírez

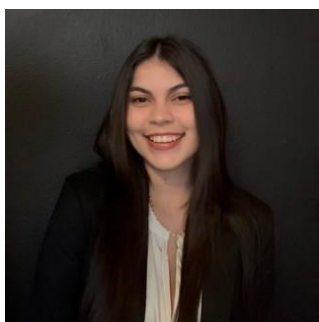


Melisa T. Hernández Cesaní

Cont. Monitoras(es)



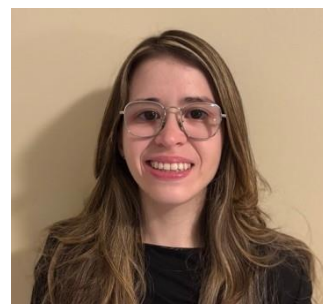
Allison Hernández Colón



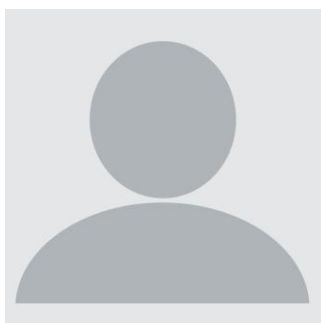
Mariana López Méndez.



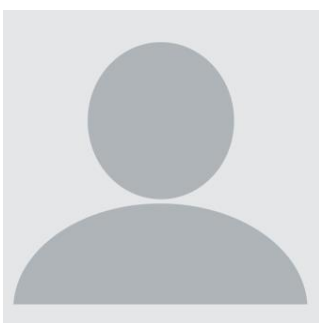
Fernando Maldonado Muñoz



Nicole M. Matías Santiago



Leilah V. Meléndez Bermúdez.



Catalina Mercado Cancio



Isabel Mir Sira



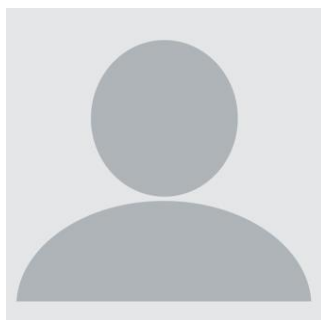
Hamzeth Momani Parra



Ángela E. Morales Dones



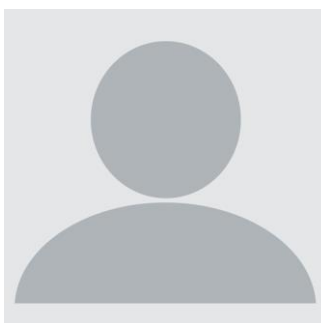
Claudia I. Núñez Torres



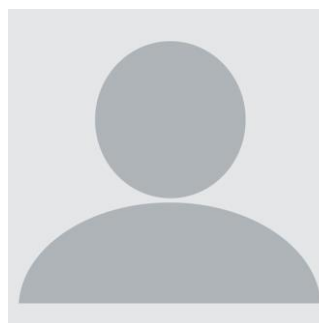
Alexandra M. Oquendo Rojas



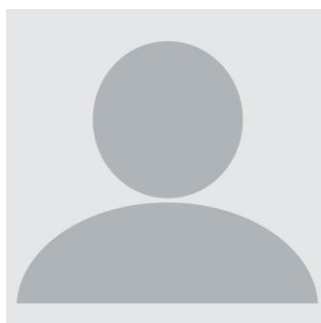
Andrea Osorio Gelpí



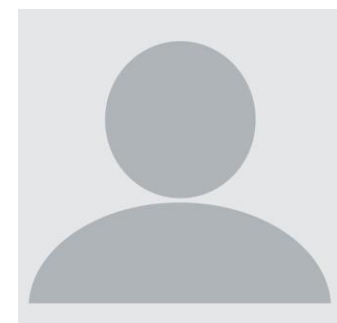
Gabriel Pérez Vargas



Iryanie Ramos Cruz



Bianca L. Rodríguez Pimentel

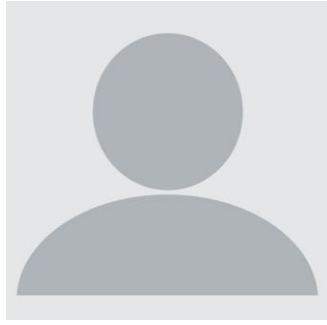


Sarianne Rosario Fonseca

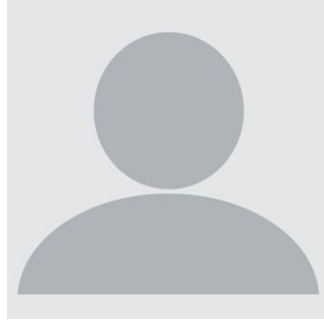
Cont. Monitoras(es)



Marializ Sánchez Cabrera



Mitzumy Santiago Ramos



Gabriel M. Serrano Nieves



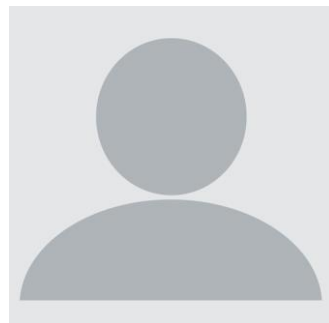
Johaneliz M. Serrano Valcárcel



Ana S. Solla Rosado



Pamela L. Vázquez García



Naylie Vélez Figueroa



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](#)



Lourdes Lugo-Ortiz, Ph.D.
Facultad de Comunicación e Información
Universidad de Puerto Rico
Recinto de Río Piedras
lourdes.lugoortiz@upr.edu
787-764-0000
787-316-3529 (celular)