

**¿QUIÉN  
FIGURA EN LAS  
NOTICIAS?**



# ARGENTINA

---

## Proyecto de Monitoreo Global de Medios 2010 Informe Nacional



# Reconocimientos



GMMP 2010 aparece bajo licencia de creative commons utilizando una Attribution-NonCommercial-NoDerivs.

El GMMP 2010 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, en colaboración con el Media Monitoring Africa (MMA), de Sudáfrica, que tuvo a su cargo el análisis de la información.

La información para el GMMP 2010 se recolectó mediante un esfuerzo colectivo de voluntarios y voluntarias de cientos de organizaciones, entre ellas activistas en el ámbito de las cuestiones de género y medios, grupos de base en el ámbito de las comunicaciones, académicos/académicas y estudiantes de comunicación, profesionales de los medios, asociaciones de periodistas, redes de medios alternativos y distintos grupos eclesiales.



*Noncommercial.* No utilice con propósitos comerciales este material.

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

Si cita o distribuye este trabajo, cite los términos de la licencia que ampara este trabajo.

Sus derechos de acceso a este trabajo y la información que contiene no se ven afectados de ninguna manera.



### Contexto mundial

- El 10 de noviembre de 2009 fue un día ordinario para el personal en las salas de redacción de todo el mundo. Sin embargo, era un día especial para los grupos que en más de 100 países se reunieron para monitorear sus medios noticiosos. Después de meses de planeación, preparativos y capacitación, hicieron del Cuarto Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP) una realidad.
- El Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP) es la investigación mundial más amplia y de mayor trayectoria que aborda el tema de género en los medios noticiosos. Se inició en 1995 cuando voluntarios y voluntarias en 71 países de todo el mundo monitorearon la presencia de las mujeres en los espacios noticiosos de radio, televisión y prensa escrita nacionales. La investigación reveló que sólo 17% de los sujetos de la noticia —esto es, las personas entrevistadas o sobre quienes tratan las noticias— fueron mujeres. Encontró que la equidad de género era “un prospecto lejano en cualquier región del mundo. Con mucha frecuencia las noticias [eran] presentadas por mujeres pero [era] raro que fueran sobre mujeres.”<sup>1</sup>
- Setenta países participaron en el Segundo GMMP en 2000. Éste y los subsiguientes GMMP han sido coordinados por la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC, por sus siglas en inglés). La investigación encontró una imagen relativamente estática: sólo 18% de los sujetos de la noticia son mujeres, un cambio estadísticamente no significativo en un período de cinco años.<sup>2</sup>
- El tercer GMMP en 2005 atrajo la participación de 76 países. Fue evidente cierto avance de la presencia de las mujeres en la noticia. En efecto, 21% de los sujetos de la noticia fueron mujeres. Este 3% de incremento con respecto al período previo de 5 años fue estadísticamente significativo. Sin embargo, el hallazgo apabullante fue que las mujeres seguían prácticamente ausentes de la noticia. Muy pocas noticias —poco menos de 10% de las notas— se centraron específicamente en las mujeres. Fue muy raro que en el grueso de la agenda noticiosa el núcleo de las notas fueran mujeres. Las mujeres también fueron superadas por los hombres en lo que se refiere a quiénes figuraron en la noticia en cada tópico importante considerado como noticia. La opinión experta fue fundamentalmente masculina, siendo mujeres tan sólo 17% de las voces expertas que aparecieron en las notas periodísticas. Como sujeto de las noticias, las mujeres estuvieron poco representadas en las categorías profesionales. El tercer GMMP encontró que el sexo de los periodistas incide en la selección del sujeto de la noticia, esto es, si son mujeres u hombres: hubo más mujeres que fueron sujeto de la noticia en notas realizadas por periodistas mujeres (25%) en comparación con las notas que presentaron sus homólogos masculinos (20%).
- El primer GMMP y, como veremos, el cuarto GMMP revela que el mundo del que se informa en las noticias es fundamentalmente masculino. En general, las notas periodísticas tuvieron dos veces más probabilidades de reforzar los estereotipos de género en lugar de cuestionarlos. Las notas que abordaron la (des)igualdad de género fueron prácticamente inexistentes.

---

<sup>1</sup> *Global Media Monitoring Project, Women's participation in the news*, National Watch on Images of Women in the Media (Media Watch), Inc. 1995.

<sup>2</sup> Spears, George y Kasia Seydegart, Erin Research, con análisis adicional de Margaret Gallagher. *Who makes the news? Global Media Monitoring Project*, 2000.

## Contexto nacional

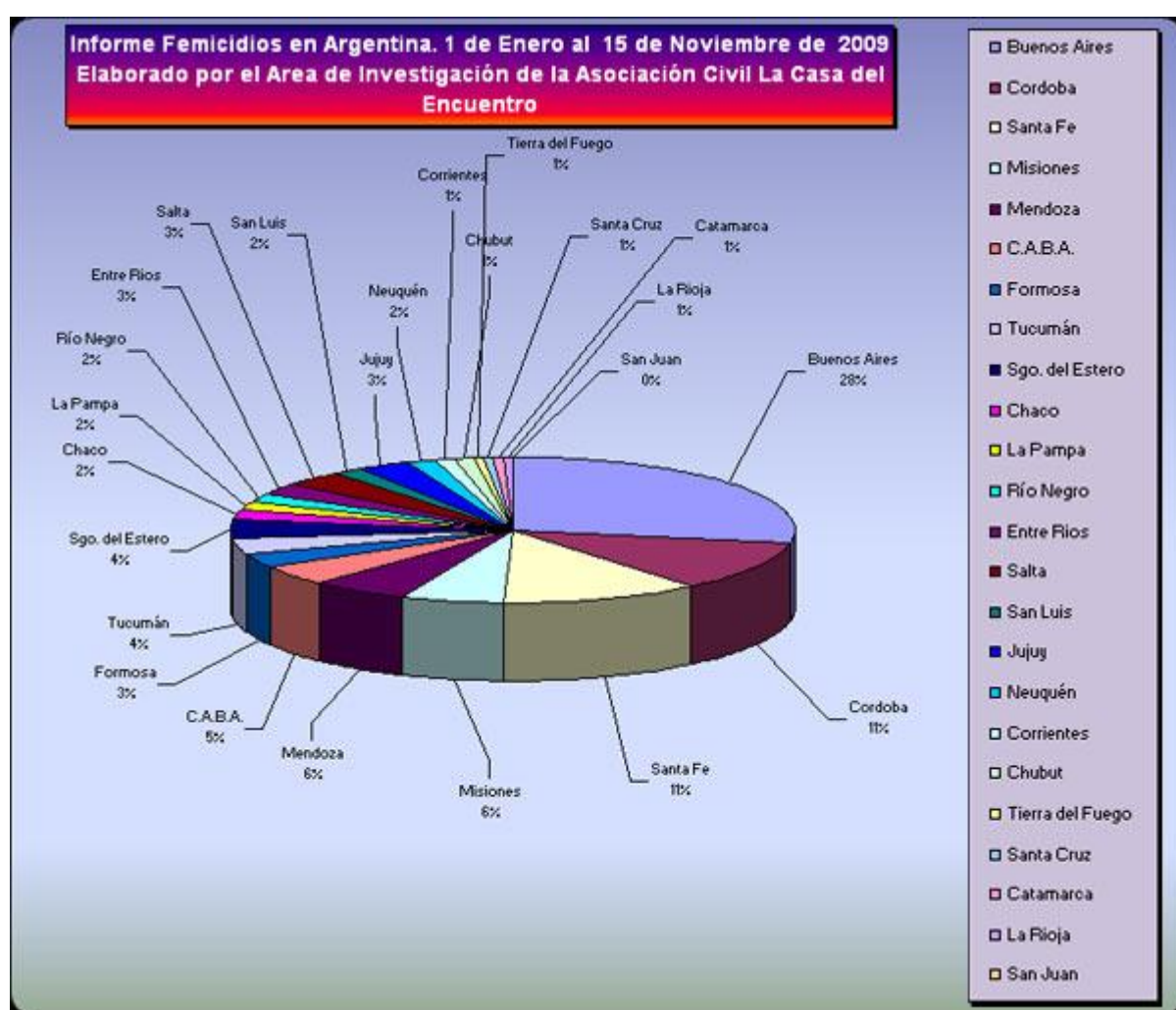
### Realidad de las mujeres en Argentina

Desde el último Informe de Monitoreo, en Argentina sucedieron cosas buenas y malas para las mujeres. Sin duda tener la primera presidenta mujer ha producido una modificación de las mujeres en los medios de comunicación, aunque todavía parece ser demasiado temprano para saber si resulta beneficioso o no para el resto de las mujeres. Lo que sí es importante destacar es que varias leyes se han aprobado que mejoran la situación de las mujeres en general, aunque todavía quedan deudas pendientes.

### Algunas cuestiones negativas sobre la situación en el país

#### Femicidios en el país

En el período que va del 1º de enero al 15 de noviembre de 2009, según datos de La Casa del Encuentro, se registraron 176 femicidios y 12 femicidios “Vinculados” de hombres y niños.



Todavía no existe en el Congreso Nacional un proyecto aprobado sobre el derecho a decidir sobre los cuerpos por parte de las mujeres, lo que implica que muchas siguen muriendo como consecuencia de abortos inseguros. Si bien es cierto que la Campaña Nacional por el aborto legal, seguro y gratuito ha realizado un avance importante en la implementación del tema en la agenda de las organizaciones que trabajan con mujeres, todavía queda pendiente que el ámbito legislativo discuta este tema fundamental para la salud de las mujeres.

Según el Ministerio de Salud de la Nación, en el país se realizan alrededor de 600 mil abortos inseguros por año, casi un aborto por cada bebé nacido vivo. La estadística oficial también señala que 80 mil mujeres son hospitalizadas al año luego de someterse a abortos insalubres. Además, el 25 por ciento de las muertes maternas en el país son por la interrupción voluntaria del embarazo, pero la cifra es mayor si se toman en cuenta los casos no hospitalizados.<sup>3</sup>

## **Positivas**

### *Ley contra la violencia de género*

La Presidenta argentina reglamentó en julio la ley 26.485, sancionada en 2009, contra toda violencia contra la mujer.

La norma, sancionada el 11 de marzo de 2009, es un buen modelo legal ya que, si se pusiera en práctica en todos sus ítems podría tener un gran impacto para combatir la violencia machista. De todos modos el gobierno no ha establecido un presupuesto adecuado para su genuina aplicación.

### *Red PAR*

Hace 4 años se formó en el país, la Red PAR –Periodistas de Argentina en Red por una comunicación no sexista- un colectivo conformado por periodistas mujeres y varones de distintos lugares del país, que trabajan por la erradicación de cualquier tipo de violencia de género, por la visibilización de la condición social de las mujeres y por la igualdad de oportunidades entre varones y mujeres. Desde sus inicios, PAR propició la articulación con otras organizaciones de la sociedad civil, con los movimientos de mujeres nacionales e internacionales, para incidir en la agenda periodística de los medios de comunicación.

La Red, entre otras muchas actividades de visibilización, elaboró el “Decálogo para el tratamiento periodístico de la violencia hacia las mujeres” que recoge el trabajo colectivo y los aportes realizados por integrantes de la Red durante los años 2008 y 2009. El material ha sido declarado de interés parlamentario en La Pampa y Jujuy, y fue tomado como modelo para el dictado de la Ley 3360 (“Tratamiento periodístico de la violencia de género en los medios de comunicación del gobierno de la ciudad”) de la Ciudad de Buenos Aires, y presentado en diferentes actos y reuniones desarrollados en Salta, Santiago del Estero, Formosa, Jujuy, Mendoza, Córdoba, Buenos Aires, Capital Federal, La Pampa y Chubut, así como en Paraguay, Brasil, Cuba y Estados Unidos.

### *Trata*

La Ley de Trata de Personas, sancionada en 2008, presenta una serie de deficiencias que es necesario corregir para que se logre una verdadera eficacia en la persecución penal de este delito y se brinde a las víctimas la apropiada asistencia institucional. Actualmente se debate en el Parlamento distintas modificaciones y propuestas de organizaciones, así como nuevos proyectos de ley vinculados al comercio sexual.

### *Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual*

Luego de la discusión por gran parte de la sociedad involucrada en el sector de la comunicación, surgieron los 21 Puntos de la Coalición por una Radiodifusión Democrática, básicos para la formulación de la ley que se aprobó el 10 de octubre del 2009. Entre los objetivos de esta ley el artículo 3.m) prevé: *Promover la protección y salvaguarda de la igualdad entre hombres y mujeres, y el tratamiento plural, igualitario y no estereotipado, evitando toda discriminación por género u orientación sexual.*

---

<sup>3</sup> En “Las muertes maternas” por Mariana Carbajal, Diario Página /12, 21 de julio de 2010.

## Avisos servicios sexuales

En los últimos meses, varios medios gráficos del país, han decidido dejar de publicar avisos clasificados sobre servicios sexuales. Según organizaciones y especialistas sobre la temática, esas publicidades pueden ocultar redes de trata de personas y delitos como la esclavitud sexual. Además de incurrir en una agresión al género femenino, en la banalización de la prostitución y en el aliento a posibles delitos sexuales.

- Los medios noticiosos siguen siendo una de las principales fuentes de información y una de las más importantes en lo que se refiere a la difusión de ideas e información para la mayor parte de las personas en el mundo. Es un elemento clave del espacio público y privado donde las personas, las naciones y las sociedades viven. Una nación o sociedad que no se conoce plenamente no puede responder a las aspiraciones de sus ciudadanos y ciudadanas. Importa quién y qué aparece en las noticias, además de la forma como se presenta a las personas y los eventos. De igual importancia es quién queda fuera o qué deja de cubrirse. En todo el mundo, la desigualdad de género que se encuentra en la base cultural, así como la discriminación contra las mujeres se refuerzan en los medios.
- Argentina participó en los GMMP anteriores de WACC. El monitoreo 2005 fue llevado adelante por 21 voluntarias y voluntarios en Buenos Aires, Córdoba, Rosario y la Patagonia. En total, se analizaron 289 noticias en 17 medios, radio, TV y diarios, tanto nacionales como regionales.  
La coordinación del GMMP 2005 en el Cono Sur estuvo a cargo de Claudia Florentin, miembro del Comité Ejecutivo de WACC América Latina y la coordinación nacional del Foro de Teología y Género del Instituto Universitario ISEDET.  
En este último GMMP, el Instituto Movilizador de Fondos Cooperativos fue la organización que acompañó la coordinación en nuestro país. Participaron 20 personas, repitiendo el esquema de pluralidad en la cobertura que habíamos diseñado para el trabajo anterior. Teniendo en cuenta la diversidad territorial y la necesidad de federalizar la cobertura, elegimos las ciudades más representativas en función de las posibilidades de los voluntarios y las voluntarias.  
Participar en ambas instancias de trabajo, en primer término permite cambiar la mirada de quienes se involucran en este análisis, porque implica no volver a ver con los mismos ojos las noticias que leemos, escuchamos o miramos. Desde la participación en el monitoreo es imposible notar cuándo las mujeres aparecemos o no y cómo lo hacemos. Después de ese momento nada parece inocente.

## Resumen ejecutivo

El estudio realizado el 10 de noviembre de 2009 dio como resultado algunos datos que nos sirven no sólo para ver cuál es la situación de las mujeres en las noticias, sino también para analizar la situación de los y las profesionales de los medios de comunicación. Mucho se habla de lo que las mujeres hemos logrado a lo largo de los años y señalan que en los medios, su situación es predominante. El presente estudio demuestra que esto es una creencia falaz.

Las **mujeres** somos **centrales** en las noticias sólo en el **29%** de los casos. Si bien este es un dato menor, lo que nos dice es que los varones siguen siendo quienes más espacio ocupan en los noticieros del país.

Además se analizaron los tipos de noticias y quiénes las presentaron y reportearon más. En este caso los **temas duros siguen en manos masculinas**: 60% de los temas de política y gobierno, 71% de economía y 69% de crímenes y violencia. Sin embargo, es importante

rescatar que se ha producido un **avance de las mujeres periodistas** en este punto, modificándose la disparidad que se produjo en los años anteriores, en detrimento de los espectáculos donde los varones son mayoría (85%).

El tipo de medio también nos da un panorama de la **presencia femenina**. En **televisión** se observó la mayor diferencia, **26%** de mujeres y en diarios y radio ese porcentaje es del **30%** y el **32%**, respectivamente.

Las **fuentes de las noticias** según su alcance (local, nacional, internacional) siguen siendo **hombres**, en ninguno de los casos bajó del **65%**.

En los tipos de **noticias que se reportan**, las mujeres aparecen más en los casos donde se trata la **violencia de género, acoso, violencia doméstica o femicidios**, noticias que son históricamente sobre las mujeres. Los temas de **pobreza** presentan a más mujeres (**66%**) y un dato llamativo fue el de las noticias vinculadas a quienes ocupan lugares de **decisión política**, donde las mujeres fueron el **62%**.

Sin embargo, en cuanto al cargo que ocupan las mujeres que aparecen en las noticias, el porcentaje como sujetos de las mismas sigue siendo bajo. Sólo fueron **protagonistas** más mujeres en los vinculados a **profesionales de la salud** o asistentes sociales (**81%**) y en celebridades (79%) donde se observó una mayoría femenina.

Uno de los datos más alentadores es que las mujeres han **equiparado** a los hombres en cuanto a su **función en la noticia** cuando se las cita desde su experiencia personal o como **opinión popular**. Pero sigue existiendo una gran distancia cuando se requiere de un **experto/a** en algún tema: en más del **70% son los hombres** los consultados a partir del conocimiento que aportan a la noticia.

Las **víctimas** siguen siendo mujeres en su mayoría, al momento de aparecer como centrales en las **noticias (56%)** y son mencionadas por su **rol familiar** en un **12%** de las noticias donde aparece frente un **2% de los hombres** nombrados.

En cuanto **al trabajo** de las personas que son leídas, escuchadas o mostradas en los medios, en la radio el **69% son hombres**. La **edad de las mujeres** que presentan las noticias en televisión es de entre **35 a 49 años (53%)**. Las reporteras varían su edad en dos franjas, entre 19 y 34 y entre 35 y 49 años.

En los medios de Argentina, quien presenta una **mayor disparidad** de género es la **televisión**, donde el **83%** de los **reporteros son del sexo masculino**. El mejor medio- y donde se encontró **paridad**- es en los **diarios**, donde escriben **49% las mujeres y 51% los hombres**. La radio también presenta una paridad similar, a diferencia del Monitoreo 2005, donde mostraba una marcada diferencia a favor de los varones.

Los **periodistas masculinos** utilizan a **hombres como fuente** en un 75%. En ningún caso las noticias monitoreadas fueron abordadas desde la equidad de género. Y en un 63% refuerzan los estereotipos mientras que el 31% ni refuerza ni desafía, siendo esta una gran oportunidad perdida para presentar una noticia con otro abordaje.

## UN DÍA EN LAS NOTICIAS EN ARGENTINA

**10 de noviembre, 2009.** Ese día las noticias giraron en torno a los siguientes temas: Paro de subtes, reunión de la SIP, asignación universal por hijo, Maradona y su presentación ante la FIFA, la presidenta denunció un complot en su contra, debate en el parlamento del matrimonio entre personas del mismo sexo.

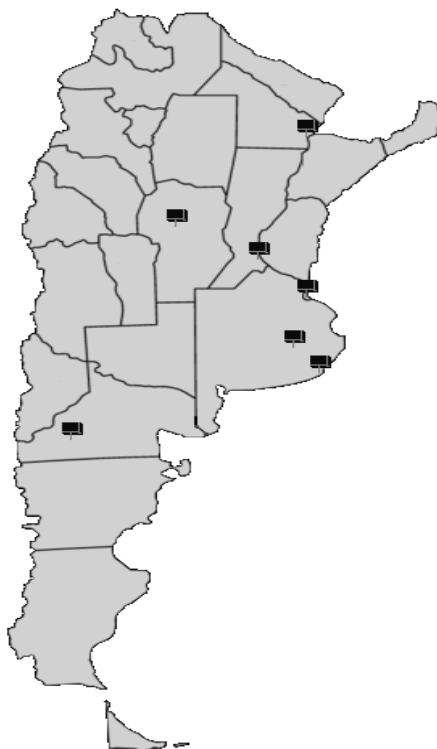
El hecho más importante fue el paro de subterráneos y el conflicto gremial interno. El efecto sólo se sintió en el distrito metropolitano donde funciona el subte, no obstante las repercusiones mediáticas ocuparon gran parte de los medios nacionales radiales y televisivos.

No hubo ningún evento inusual, más que el “caos” originado en el tránsito por la falta de subtes, en el distrito metropolitano.

## EL CONTEXTO

**Medios monitoreados:** Los puntos marcados, ubican las regiones del país donde se realizó el GMMP. Dada la extensión y la realidad cotidiana que los medios de la Capital monopolizan la información y marcan la agenda pública, decidimos, al igual que en el Monitoreo del 2005, extenderlo haciéndolo realmente federal.

Los medios elegidos, así como las y los monitores, dan cuenta de esto.



### Medios seleccionados:

#### Periódicos

La Nación: es uno de los principales periódicos del país, segundo de mayor tirada y de línea conservadora.

Página 12: es uno de los periódicos más importantes y el único que incorpora lo más posible la perspectiva de género.

Crítica: es uno de los periódicos más nuevos, tiene dos años de salida y es progresista, con una tendencia de centro derecha. Actualmente no está siendo publicado por problemas económicos de la empresa, esperando sus trabajadores y trabajadoras solución en sus instalaciones.

Crónica: es un clásico periódico amarillista de tirada nacional.

Clarín: es el periódico de mayor tirada del país, pertenece al más grande monopolio de medios del país.



La Capital de Rosario: es el periódico tradicional del litoral argentino.

Diario Río Negro, de la Patagonia: es uno de los de mayor tirada de la región patagónica, que resulta la más extensa del país.

Elegimos periódicos de las regiones porque se constituyen en representativos de una realidad diversa, que refleja lo que sucede en el ancho y largo del país, teniendo además una amplia repercusión en su zona de influencia. El interior del país lee sus propios periódicos, a pesar de la llegada y alcance de los diarios nacionales.

## **Televisión**

Canal 9 se ve en todo el país y está en renovación ya que cambió de dueño en los últimos años, varias veces.

Canal 7, es la única emisora de televisión pública y se ve en todo el país por aire y la programación busca representar a todas las regiones del país.

Canal 11 es, junto a canal 13, el más visto y compiten por el rating a diario.

Canal 13 es el canal más visto del país, perteneciente también al monopolio Clarín.

Los canales 9, 11 y 13 se ven en el interior a partir de los cable-operadores privados o la retransmisión de los canales de aire de las localidades, y la transmisión de los noticieros centrales, por lo general, se transmiten intercalando noticias de los canales locales de sus transmisores.

## **Radio**

Radio 10 es una de las radios más escuchadas en el país con una programación ideológicamente de derecha. Se escucha por sus repetidoras en el interior.

Mitre, pertenece al Grupo Clarín; es una radio tradicional nacional, de tendencia política centro derecha, con amplia repercusión en Buenos Aires. Sus noticieros se escuchan a través de repetidoras en algunas regiones del país

Radio Nacional es la radio pública escuchada en todo el país a través de repetidoras nacionales y de emisoras públicas.

Continental es una radio tradicional y con amplia audiencia en Buenos Aires. Sus noticieros van con repetidoras a algunas regiones del país.

Un detalle importante es que los panoramas informativos de las radios no ocupan más de cinco minutos en su mayoría, encontrando algunas excepciones. Esto ha cambiado desde el monitoreo del 2005, ya que antes las radios mantenían un noticiero central más extenso al mediodía.

En cambio, algunos noticieros de televisión, se han extendido y duran más de una hora, como el caso de Canal 13.

**Monitores/monitoras:** Participaron en periódicos: siete personas; en Televisión: nueve personas en Radio, siete. Fueron hombres y mujeres vinculados algunos, al campo de la comunicación como docentes universitarios, profesionales de los medios, estudiantes de comunicación y integrantes de un programa de radio de una FM Comunitaria y del Instituto Movilizador de fondos Cooperativos participaron 7 mujeres que integran en Mar del Plata y

Rosario, la subcomisión de género. Esta fue su primera experiencia de trabajo sobre los medios de comunicación.

Esta vez el total de noticias analizadas fue de 188, cien noticias menos que en el monitoreo anterior, y en sólo 31 de ellas, las mujeres fueron centrales.

## 1. TÓPICOS EN LAS NOTICIAS

### Tópicos en las noticias:

1.a)

		2010		
	Tema	DIARIO	RADIO	TELEVISIÓN
1	Política y gobierno	44%	25%	13%
2	Economía	15%	30%	25%
3	Ciencia y Salud	8%	9%	13%
4	Social y Legal	13%	16%	6%
5	Crimen y violencia	11%	5%	9%
6	Celebridades, Arte y medios	9%	7%	22%
7	Niña	1%	0%	0%
8	Otros	0%	7%	13%

El día que se realizó el monitoreo de las noticias, las que más cobertura presentaron difieren según el tipo de medio. Es importante señalar que los medios gráficos usualmente marcan la agenda de lo que sucederá. La diferencia entre los temas que unos y otros presentan debe ser diferenciada, ya que la radio y la TV tienen una temporalidad distinta y se basan más en lo que acontece a lo largo del día.

Por esta razón, se puede observar que en los diarios que fueron monitoreados, las noticias que más se cubren son las de política y gobierno (44%) siendo que en radio este tema sólo ocupa el 25% y en televisión un porcentaje significativamente menor (13%). El segundo tema de importancia para los tres tipos de medios fue el económico y en tercer lugar según los diarios y la radio, lo social y legal fueron prioritarios, y para la TV ese lugar lo ocuparon las noticias de espectáculos.

- Otro de los puntos analizados en el trabajo fue el trabajo de los periodistas y la cobertura de los temas según el sexo de los mismos. En este punto podemos decir que las mujeres reporteras en todas las noticias, cubrieron menos temas que sus colegas varones. Esto marca la desigualdad de oportunidades de acceder a un puesto de trabajo en la profesión en función del sexo de quien lo solicita. Sin embargo, sí se puede observar un avance entre lo sucedido en 2005 y este nuevo informe. Hay un aumento en la cobertura de las noticias, como en el caso de política y gobierno donde pasó del 26% al 40%, noticias predominantemente cubiertas por hombres en todos los medios. Pero la diferencia sigue siendo notable.

1.b

TÓPICO	%Mujer	2005 M	%Hombre
Política y Gobierno	40%	26%	60%
Economía	29%	14%	71%
Ciencia y Salud	47%	4%	53%
Social y Legal	36%	14%	64%
Crimen y violencia	31%	23%	69%
Celebridad, arte y medios	15%	18%	85%
Niña	0%	0	100%
Otros	38%	0%	62%

## 2. LAS NOTICIAS

- **Presencia de las mujeres y hombres en las noticias como sujetos de la noticia, reporteros/reporteras y locutores/locutoras:**

Las mujeres son centrales en las noticias el 29% del total presentado contra un 71% de hombres. En nuestro país es la primera vez que hay mujeres en lugares de poder importante, como la presidenta, a pesar de ello en los temas políticos y de gobierno sólo son centrales los hombres.

Es notoria la diferencia entre la presencia de mujeres y hombres en el campo de lo social y legal que incluía temas como: desarrollo, sustentabilidad, educación, alfabetismo, Derechos humanos, movimientos femeninos y activismo, sistema judicial y legislación familiar. El 82% de las personas que hablaban, sobre las que la noticia trataba o hacían referencia eran hombres.

2.a)

	Mujer %	Hombre %
<b>Tema</b>	<b>2010</b>	<b>2010</b>
Política y Gobierno	37%	63%
Economía	36%	64%
Ciencia y Salud	26%	74%
Social y Legal	18%	82%
Crimen y violencia	37%	63%
Celebridad, arte y medios	11%	89%
Niña	100%	0%
Otros	22%	78%
<b>Total</b>	<b>29%</b>	<b>71%</b>

- **Presencia de mujeres y hombres como sujetos de la noticia, según el medio – radio, televisión y diarios:**

Cuando analizamos los tipos de medios en donde las mujeres y varones son presentados, aparece una mayor desigualdad en la televisión, siendo las mujeres 26% centrales en las noticias frente a un 74 % de hombres. En el caso de la radio y la prensa gráfica el porcentaje que representa a cada uno es similar (32% y 30% para la mujer y 68% y 70% respectivamente)

2.b)

	DIARIO	RADIO	TELEVISIÓN
<b>Sexo</b>	<b>2010</b>	<b>2010</b>	<b>2010</b>
Mujer	30%	32%	26%
Hombre	70%	68%	74%

- **Fuentes de las noticias:** En cuanto al análisis de las fuentes que utilizan los periodistas, el esquema se repite ya que son utilizados los hombres en todos los casos y superan el 65%

2.c)

	Mujer %	Hombre %
<b>Alcance</b>	<b>2010</b>	2010
Local	28%	72%
Nacional	35%	65%
Nacional y otros	14%	86%
Internacional	30%	70%
Total	29%	71%

- **Presencia de mujeres y hombres como sujetos de la noticia por tópico de la nota:**

Según las noticias que se reportaron ese día y el tema de las mismas, las mujeres aparecen en mayor o menor medida. Hubo dos puntos donde se registró una mayor presencia de mujeres como sujetas de las noticias: uno es en relación a quienes ocupan lugares de poder de decisión política (local, nacional o regional) con un 62% femenina frente a un 38% masculina. Otro aquellas noticias que hablaban de pobreza, vivienda, asistencia social, ayuda a los más necesitados (femenino 66% masculino 34%). Los únicos casos donde sólo se mencionaban varones fueron en deportes y en crímenes violentos sin aparecer ninguna mujer en las noticias de este tipo. El resto de los temas de mayor cobertura fueron (el primer porcentaje corresponde a las mujeres)

- Otros temas de política y gobierno internas (local, nacional o regional) procesos electorales, discursos políticos, etc. M 19% - H 81%
- Relaciones exteriores, relaciones con otros países M 39% H 61%
- Otras historias de política y gobierno interna M 28% H 72%
- Otros temas laborales, huelgas, sindicatos, desempleo M 33% H 67%
- Medio ambiente, naturaleza, contaminación, ecología M 18% H 81%
- Derechos humanos, derechos de las mujeres, derechos de las minorías M 42% H 58%
- Sistema judicial, legal M 17% H 83%
- Violencia basada en género, acoso, violencia doméstica, feminicidio, mutilación genital 75% 25%
- Deportes, eventos, jugadores, instalaciones 100% varones
- Crimen violento, asesinato, raptos, secuestro 100% varones

- **¿Quiénes son los sujetos de la noticia?:**

Es importante analizar quiénes son sujetos de la noticia, a qué se dedican y qué ocupación presentan. En el monitoreo los funcionarios de gobierno nombrados tanto presidentes como políticos, eran hombres en el 65 % de los casos. De los activistas sociales o quienes trabajan en organizaciones sociales, sólo el 12% eran mujeres. El total de las personas que hablaron en los medios sobre el sistema judicial o como parte del mismo fueron hombres. El 76% de los ejecutivos también eran hombres. Sólo en el caso de los desocupados hubo paridad de género.

Cargo u ocupación	Mujer %F"		Varón %M	
	2010	N	2010	N
Realeza, miembro de la monarquía, etc	0%	0	0%	0
Funcionarios de gobierno, presidente, políticos	35%	42	65%	75
Empleados del gobierno, empleados del estado	35%	2	65%	4
Policía, militares, para militares, seguridad	0%	0	100%	4
Expertos académicos, profesionales de la educación	12%	1	88%	6
Profesional de la salud o servicio social	81%	4	19%	1
Profesionales de la Ciencia y la tecnología	46%	2	54%	2
Profesionales de los medios, periodistas	16%	2	84%	11
Abogados, jueces, defensores	0%	0	100%	13
Personas de negocio, ejecutivos, financieros	24%	1	76%	4
Trabajadores de oficinas	100%	1	0%	0
Comerciantes, artesanos, trabajadores	0%	0	100%	3
Trabajadores de agricultura, minería, pesca	0%	0	100%	1
Figuras religiosas, sacerdotes, monjes, rabinos	0%	0	0%	0

	Mujer %F"		Varón %M	
	%	N	%	N
Trabajadores o activistas de org. Civiles	12%	3	88%	23
Trabajadores sexuales, prostitutas	0%	0	0%	0
Celebridades, actrices, actores, cantantes	79%	3	21%	1
Deportistas, atletas, jugadores	0%	0	100%	23
Estudiantes, escolares, alumnos	42%	1	58%	1
Amas de casa, padres o madres	0%	0	100%	1
Chicos, jóvenes	100%	1	0%	0
Vecinos o residentes sin especificar ocupación	0%	0	100%	1
Jubilados y pensionados	0%	0	0%	0
Delincuentes, sospechados	0%	0	100%	1
Desocupados	50%	4	50%	4
Otros no especificados	100%	2	0%	0
<b>Total</b>	<b>29%</b>	<b>69</b>	<b>71%</b>	<b>179</b>

N: número

- **Función de los sujetos de la noticia femenino y masculino**

Las mujeres han equiparado su función en la noticia en tanto testigos, experiencia personal y opinión popular, siendo que en estudios anteriores era predominante la figura femenina para hablar sobre cuestiones que no requerían un conocimiento profundo de la situación, como sí lo es cuando se la menciona como experto o vocero. En este último caso la diferencia sigue siendo mucho mayor, de un 30% contra un 70% de varones.

2.d)

Función la noticia	Mujer %		Hombre %	
	2010	2010	2010	2010
Tema, la historia es sobre esa persona	28%		72%	
Vocera, la persona representa, o habla por una organización	30%		70%	
Experto/a o comentarista/a	22%		78%	
Experiencia personal	43%		57%	
Testigo/a	42%		58%	
Opinión popular	43%		57%	
Otro no especificado	34%		66%	
NA, fuente secundaria	0%		0%	
<b>Total</b>	<b>29%</b>		<b>71%</b>	

- **Construyendo “víctimas” en las noticias:**

En muchas ocasiones las mujeres son retratadas en las noticias por su situación de víctimas, este estudio reveló que aparecen de esta forma en mayor porcentaje cuando se trata de noticias vinculadas a situaciones de guerra o terrorismo (67%), discriminación (100%) y otro tipo de violencia (65%). Sin embargo, en cuanto a noticias sobre desastres naturales, pobreza o accidentes el 60% son hombres y en el caso de crímenes o robos el cien por ciento son hombres.

El total de lo analizado sigue demostrando que la mujer aparece más como víctima (56%).

2.e)

Tipo de víctima	% Mujer		% Hombre	
	2010	N	2010	N
Víctima de un accidente, desastre natural, pobreza	40%	2	60%	3
Víctima de violencia doméstica, psicológica, marital	0%	0	0%	0
Víctima de violencia sexual no doméstica	0%	0	0%	0
Víctima de otros crímenes, robos, ataques, asesinatos	0%	0	100%	1

	% Mujer		% Hombre	
Víctima de violaciones vinculadas a la religión, mutilación genital	0%	0	0%	0
Víctima de guerras, terrorismo, parapolicial	67%	2	33%	1
Víctima de discriminación basada en género, raza, etnia, etc	100%	2	0%	0
Otros tipos de víctimas	65%	4	35%	2
<b>Total</b>	<b>56%</b>	<b>10</b>	<b>44%</b>	<b>7</b>

- **Identidad y relación familiar en las noticias**

Como el sistema patriarcal todavía está muy enraizado en la sociedad argentina, la mujer aún sigue siendo presentada por su rol social en el núcleo familiar (esposa, hermana, madre, hija, etc.) en un 12% más que los varones, donde sólo el 2% de ellos es mencionado desde ese lugar.

2.f)

	% Mujer		% Hombre	
Status familiar mencionado	<b>2010</b>		<b>2010</b>	
No	88%		98%	
Sí	12%		2%	

- **¿Quién menciona identidad y relación familiar?**

Entre los y las trabajadores de los medios, se analizó quiénes son los que utilizan más el recurso de señalar la relación familiar del sujeto de la noticia. En el caso de las mujeres nunca hicieron mención de esa situación, mientras que los varones sí lo hicieron (6% de los casos).

2.g)

Año	2010			
Sexo del periodista/presentador	Mujer		Hombre	
Sexo del sujeto/a de la noticia	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
No	100%	100%	100%	94%
Sí	0%	0%	0%	6%

- **Imágenes en las noticias:** Las fotografías que aparecen en los medios gráficos retratan mayormente a las mujeres

2.h)

	% Mujer		% Hombre	
	2010	N	2010	N
No	47%	14	72%	50
Sí	53%	16	28%	19

### 3. ¿QUIÉN PRESENTA LAS NOTICIAS?

- **En general presentadores de radio.** Notas que presentan mujeres contra el porcentaje de notas que presentan hombres. Este porcentaje muestra la diferencia entre mujeres y varones que presentan las noticias:

3.a)

	2010
Mujer	31%
Hombre	69%

- **Edad de los/las presentadores y reporteros/reporteras:**

3.b)

Edad de presentadores/as	Mujer %	
	2010	N
No se sabe	27%	6
12 años o menos	0%	0
13-18	0%	0
19-34	24%	6
35-49	53%	16
50-64	38%	11
65 años o más	0%	0

3.c)

Edad de periodistas	Mujer %	
	2010	N
No se sabe	34%	22
12 años o menos	0%	0
13-18	0%	0
19-34	40%	5
35-49	38%	9
50-64	14%	3
65 años o más	0%	0

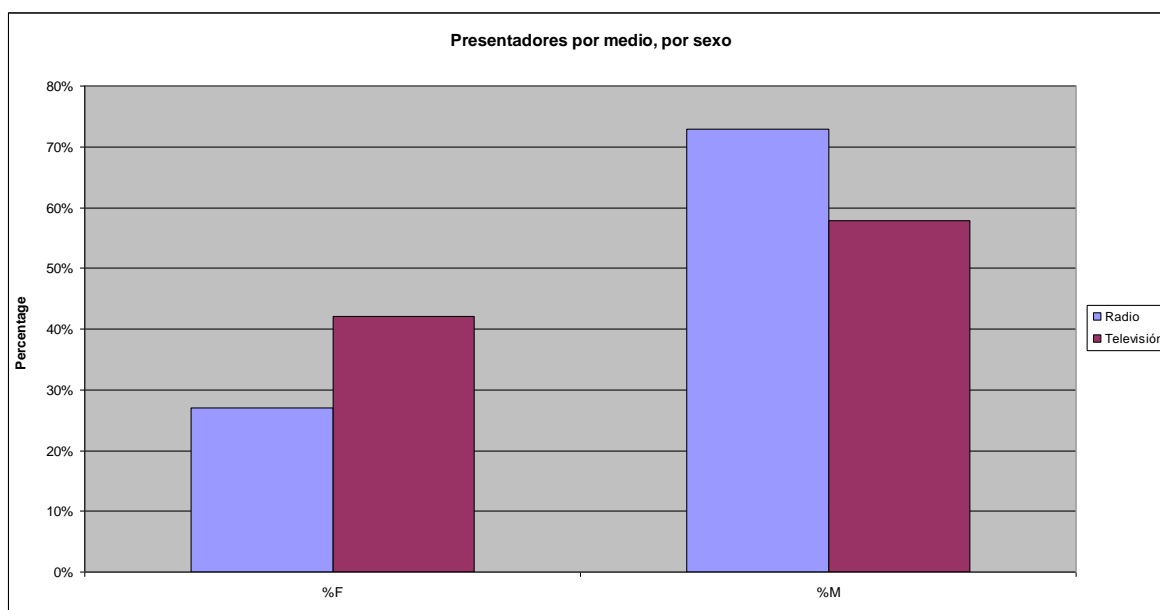
- **Locutores/as:**

Entre radio y televisión, donde menos mujeres se registran es en la radio, siendo en la televisión un porcentaje casi similar para cada uno. Sin embargo, entre los dos medios notamos que es mayor la presencia de varones frente al micrófono (68%).

3.d)

Tipo de medio	2010	
	%F	%M
Radio	27%	73%
Televisión	42%	58%
Total	<b>32%</b>	<b>68%</b>

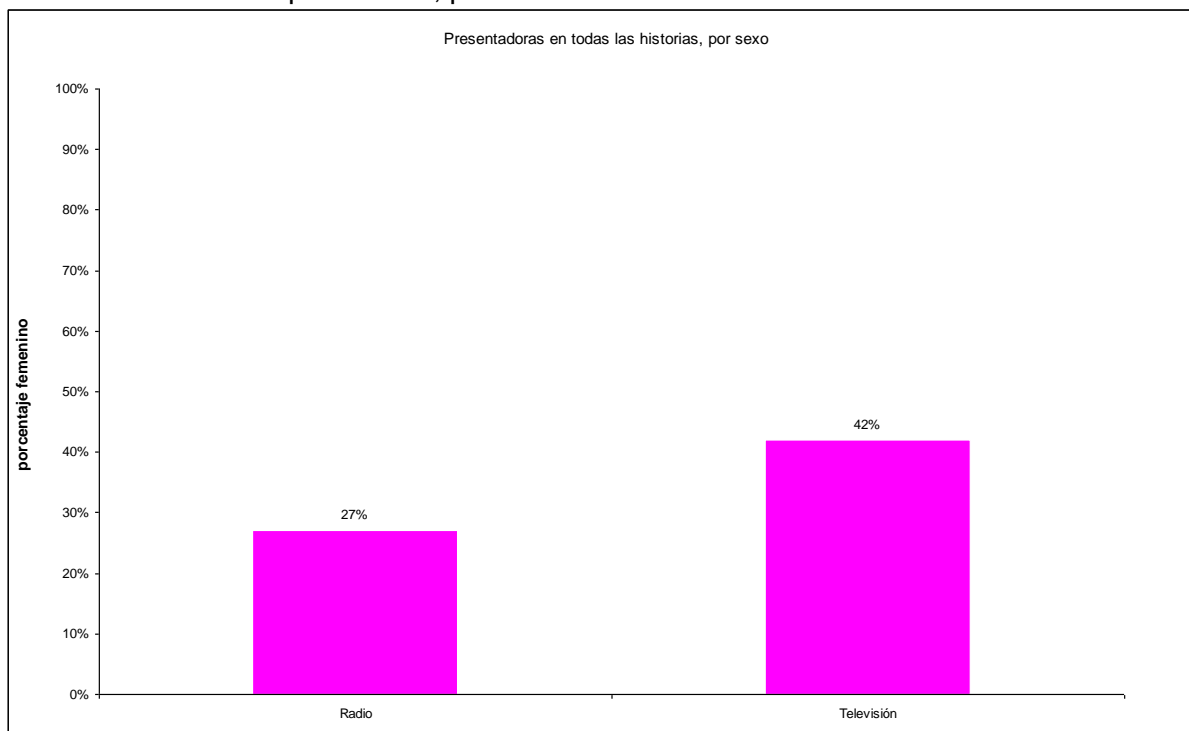
Gráfico 1. Presentadores por tipo de medio



- Presencia de locutoras en la radio y TV en el lapso entre notas periodísticas.  
3.e)

	% Mujer
<b>Tipo de medio</b>	<b>2010</b>
Radio	27%
Televisión	42%

Gráfico 2. Presentadores por historia, por sexo





- **Presencia de mujeres y hombres como anunciadores en principales tópicos noticiosos.**

Las noticias más importantes siguen siendo anunciadas por hombres: política, economía y hasta las noticias de espectáculos son presentadas en un 85% por el sexo masculino.  
3.f)

	% Mujer	% Hombre
<b>Tema de la historia</b>	<b>2010</b>	2010
Política y Gobierno	33%	67%
Economía	25%	75%
Ciencia y Salud	54%	46%
Social y Legal	36%	64%
Crimen y violencia	33%	67%
Celeridades, artistas, cantantes	15%	85%
Niña	0%	0%
<b>Total</b>	<b>32%</b>	<b>68%</b>

- **Reporteros/reporteras por tipo de medio.**

En los diarios, Argentina presenta un avance importante, la paridad entre hombres y mujeres que escriben. No sucede lo mismo en la radio donde todavía hay una diferencia a acortar y en la televisión se observa la mayor diferencia para las reporteras que se encuentran sólo con el 17% de la cobertura de las noticias.

El avance en los medios gráficos hace que la diferencia total entre varones y mujeres sólo sea de un 10 por ciento, por eso es importante observar todos los datos.

3.g)

	% Mujer	% Hombre
<b>Tipo de medio</b>	<b>2010</b>	<b>2010</b>
Diario	49%	51%
Radio	43%	57%
Televisión	17%	83%
<b>Total</b>	<b>40%</b>	<b>60%</b>

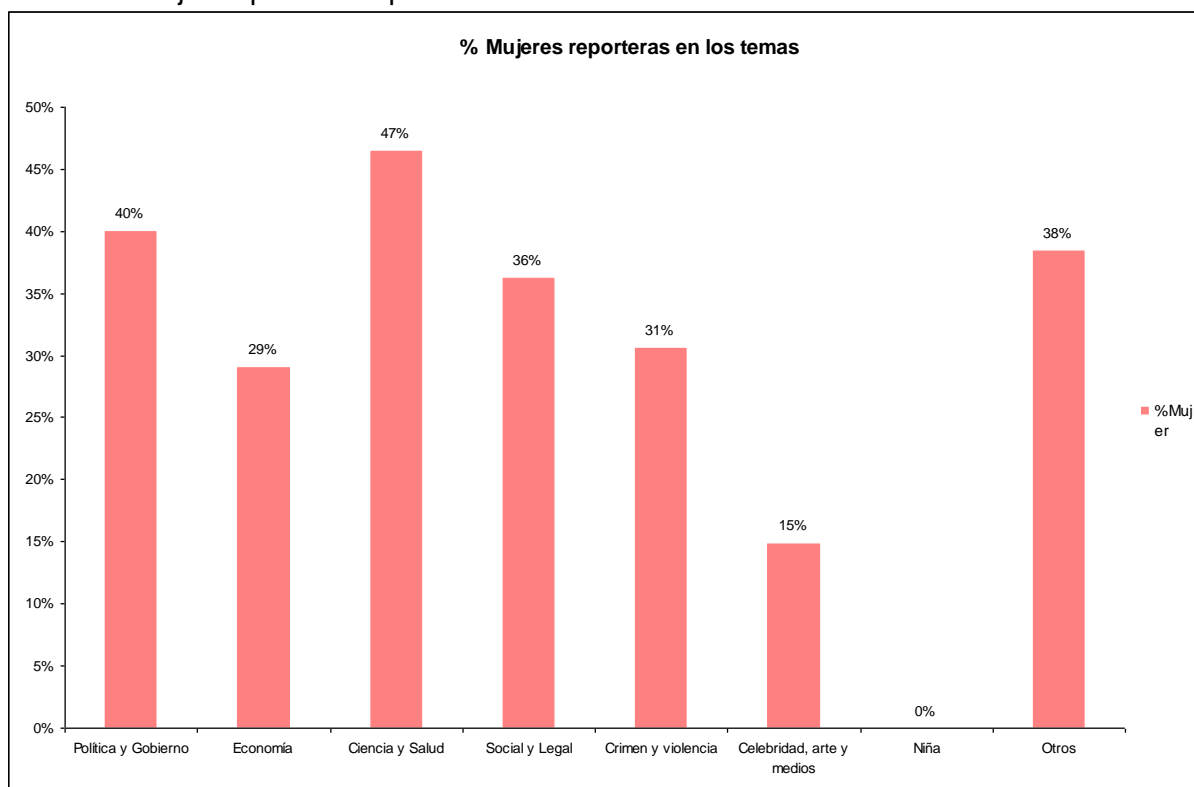
- **Porcentaje de notas a cargo de reporteras y reporteros en su país por tópico reportado**

En cuanto a quién reporta las noticias, el único tema que ha encontrado paridad en este último estudio ha sido Salud y Ciencia con un 47% para las mujeres y 53% para los hombres, el resto no baja del 60% para los hombres. Aunque en Política y Gobierno la paridad se va acercando todavía quedan 20 puntos de distancia entre ambos sexos.

3.h)

TOPICO	%Mujer	% Hombre
Política y Gobierno	40%	60%
Economía	29%	71%
Ciencia y Salud	47%	53%
Social y Legal	36%	64%
Crimen y violencia	31%	69%
Celebridad, arte y medios	15%	85%
Niña	0%	100%
Otros	38%	62%

Gráfico 3. Mujeres por temas presentados



- **Noticias nacionales e internacionales por reporteras/reporteros**

El alcance de las noticias encuentra un dato importante, ese día las noticias internacionales estuvieron reporteadas en un 68% por mujeres lo que muestra un gran avance respecto a la paridad de género en la cobertura de las noticias.

3.i)

	% Mujer	% Hombre
<b>Alcance de la historia</b>	<b>2010</b>	<b>2010</b>
Local	33%	67%
Nacional	47%	53%
Nacional y otro	32%	68%
Externo/Internacional	68%	32%
Total	40%	60%

- **Principales tópicos de las notas por reporteras/reporteros**

3.j)

Periodistas en principales noticias	% Mujer		% Hombre	
	2010	N	2010	N
Política y gobierno	50%	13	50%	13
Economía	35%	9	65%	16
Ciencia y Salud	34%	2	66%	3
Social y legal	38%	3	62%	4
Crimen y violencia	23%	1	77%	3
Celebridades, artistas, cantantes	33%	1	67%	2
Niñas	0%	0	100%	1
Otros	100%	1	0%	0
Total	40%	<b>30</b>	60%	42

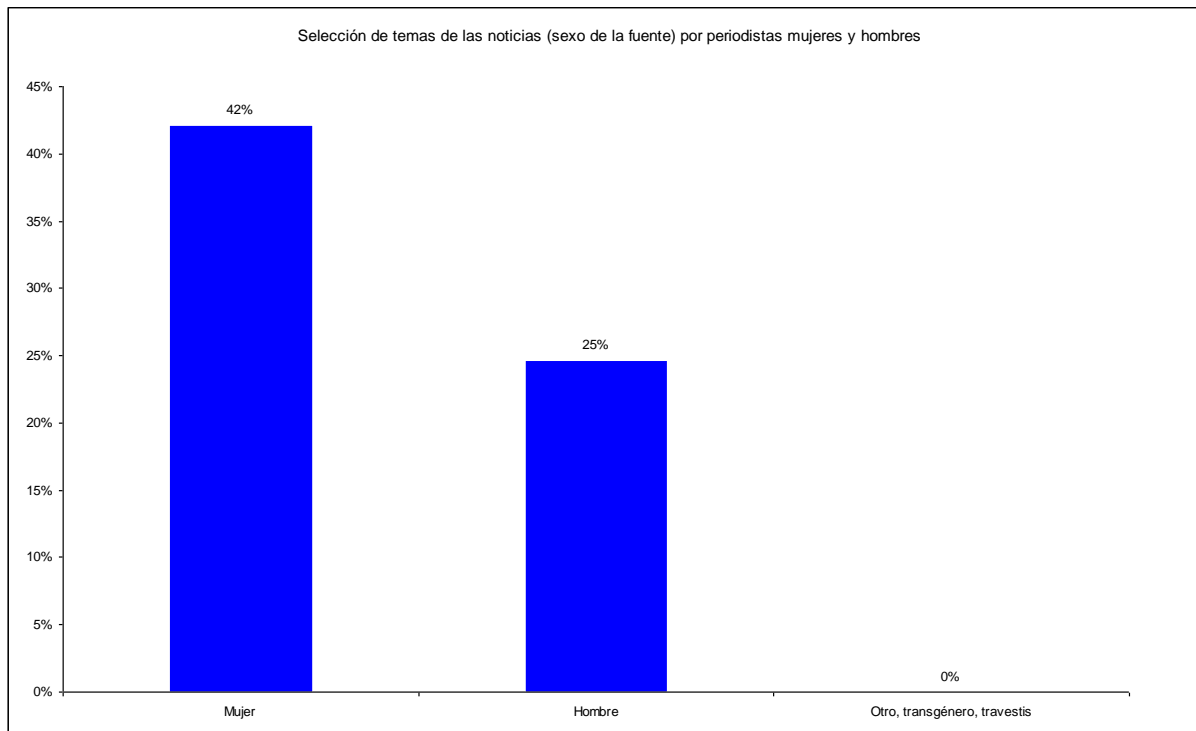
- **Reporteros/reporteras y fuentes de las noticias.**

Según el estudio, las fuentes de información difieren según el sexo de quién pregunta. Si es una mujer la periodista, hay paridad, aunque con un porcentaje mayor (58%) de hombres. Sin embargo, si quien entrevista es un hombre, sus fuentes de información son en un 75% otros hombres.

3.k)

Sexo de la fuente	% Mujeres	% Hombre
	<b>2010</b>	2010
Mujer	42%	58%
Hombre	25%	75%
Otro, transgénero, travestis	0%	100%
No sabe	0%	0%
NA sólo para fuentes secundarias	43%	57%
<b>Total</b>	<b>30%</b>	<b>70%</b>

Gráfico 4. Selección de temas y sexo de la fuente



## 4. GÉNERO Y NOTICIAS

- **Sexo del reportero en las notas que se centran en las mujeres:**

Si la nota está presentada por una mujer, las mujeres son centrales en esas noticias sólo el 19%, y en el caso de los hombres, la mujer es central en el 81% de las noticias. Esto implica que siguen siendo los varones los que mayormente presentan más las noticias, aún las centradas en las mujeres.

4.a)

	Mujer	Hombre
	<b>2010</b>	<b>2010</b>
No, la mujer no es central	44%	56%
Sí, la mujer es central	19%	81%
Total	40%	60%

- **Notas con mujeres como tema central, por t3pico.**

Las mujeres han sido centrales en las siguientes noticias de ese d3a:

4.b)

	<b>S3</b>
<b>Tema de la historia</b>	<b>2010</b>
Mujeres en poder de decisi3n pol3tica (local, nacional o regional)	100%
Mujeres candidatas electorales (local, nacional o regional)	100%
Paz, negociaciones, tratados (local, nacional o regional)	100%
Otros temas de pol3tica y gobierno internas (local, nacional o regional) procesos electorales, discursos pol3ticos, etc.	100%
Acuerdos internacionales	43%
Relaciones exteriores, relaciones con otros pa3ses	20%
Defensa nacional, gasto militar, seguridad interna	6%

- **Notas que destacan temas de equidad de g3nero o desigualdad.**

4.c) Tabla sobre equidad en las noticias

	<b>Acuerdo</b>	<b>Desacuerdo</b>
	<b>2010</b>	<b>2010</b>
Paz, negociaciones, tratados (local, nacional o regional)	0%	1%
Otros temas de pol3tica y gobierno internas (local, nacional o regional) procesos electorales, discursos pol3ticos, etc.	0%	18%
Relaciones exteriores, relaciones con otros pa3ses	0%	11%
Defensa nacional, gasto militar, seguridad interna	0%	2%
Otras historias de pol3tica y gobierno interna	0%	3%
Pol3tica econ3mica, modelos, estrategias	0%	1%
Crisis econ3mica, rescate de empresas por parte del estado, adquisici3n de empresas, fusiones, etc.	0%	2%
Pobreza, vivienda, asistencia social, ayuda a los m3s necesitados	0%	2%
Otros temas laborales, huelgas, sindicatos, desempleo	0%	3%
Transporte, tr3fico, rutas	0%	1%
Ciencia, tecnolog3a, investigaci3n, etc	0%	3%
Medicina, salud, higiene, seguridad	0%	3%
Otras epidemias, virus, contagio, influenza	0%	4%
Medio ambiente, naturaleza, contaminaci3n, ecolog3a	0%	1%
Otras historias de salud y ciencia	0%	0%
Temas de desarrollo, sustentabilidad,	0%	2%
Educaci3n, asistencia a la infancia, alfabetismo	0%	2%
Relaciones familiares, conflictos intergeneracionales	0%	1%
Migraci3n, refugiados, racismo, xenofobia	0%	6%
Sistema judicial, legal,	0%	1%
Delitos no violentos, robos, venta de drogas, corrupci3n	0%	2%
Crimen violento, asesinato, raptos, secuestro	0%	4%
Violencia basada en g3nero, acoso, violencia dom3stica, feminicidio, mutilaci3n genital	0%	3%
Abuso sexual infantil, violencia sexual hacia las ni3as, negligencia	0%	2%
Guerra, guerra civil, terrorismo	0%	2%

	Acuerdo	Desacuerdo
Disturbios, desordenes públicos	0%	1%
Noticias de celebridades, cumpleaños, bodas, etc.	0%	6%
Arte, entretenimiento, diversión, cine, teatro, libro	0%	3%
Medios de comunicación, incluyendo los nuevos medios (ordenadores, Internet), imagen de la mujer y / o los hombres, la pornografía	0%	1%
Concurso de belleza, modelos, moda, cirugía estética	0%	1%
Deportes, eventos, jugadores, instalaciones	0%	4%
Otras historias sobre celebridades, artes, medios	0%	3%

En este análisis, ninguna de las noticias destaca equidad de género en el tratamiento de la noticia.

• **¿Cuestionan o refuerzan estereotipos?**

El análisis de las noticias esta vez incluyó el estudio de los estereotipos presentados en las noticias y el 63% refuerza estereotipos, siendo la de mayor porcentaje Política y Gobierno con un 79%.

4.d)

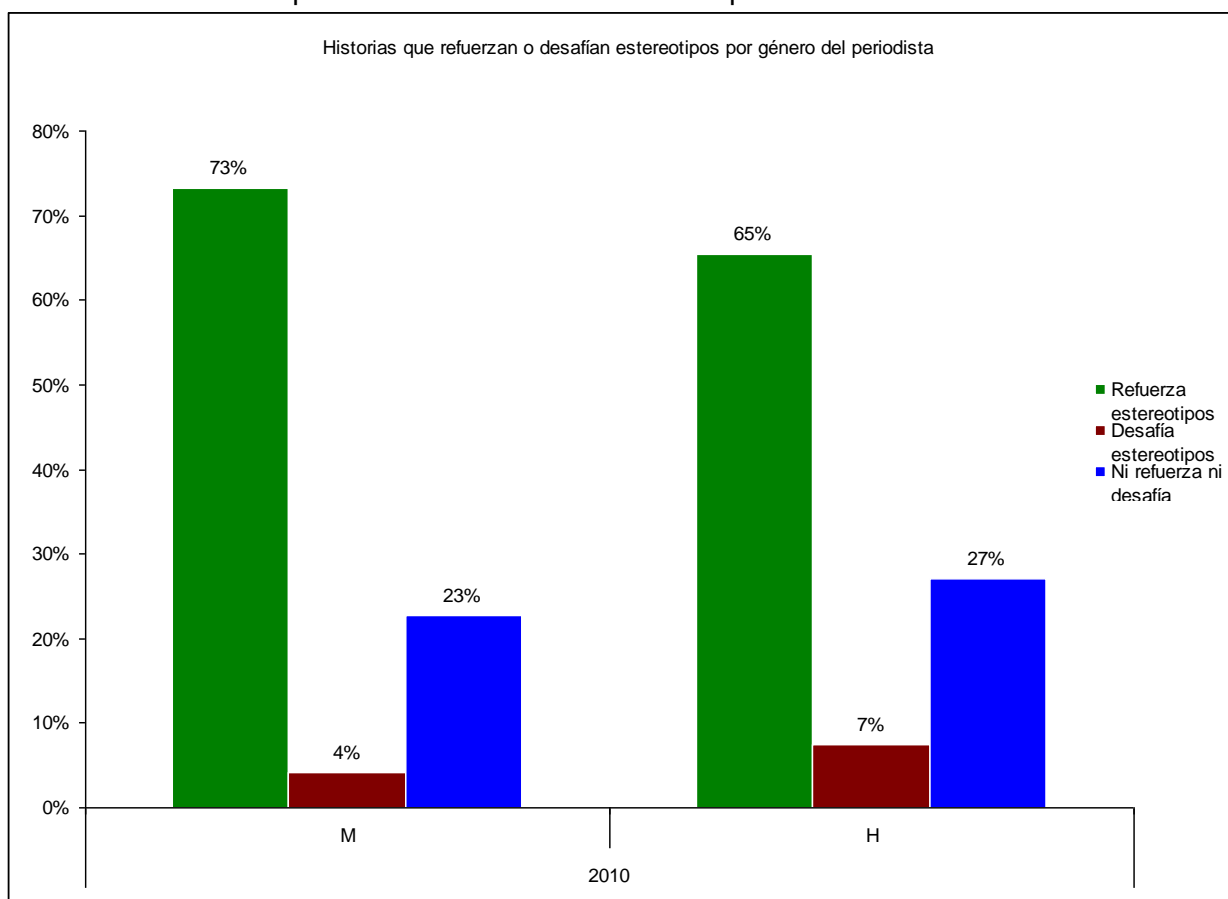
Tema	2010		
	Refuerza	Desafía	Ni refuerza ni desafía
Política y gobierno	79%	3%	18%
Economía	60%	3%	37%
Ciencia y salud	57%	5%	38%
Social y legal	68%	15%	17%
Crimen y violencia	59%	6%	36%
Celebridades, artistas, cantantes	32%	10%	58%
Niñas	100%	0%	0%
Otros	50%	0%	0%
<b>Total</b>	<b>63%</b>	<b>6%</b>	<b>31%</b>

- Según quién reporta la noticia, también difiere la posibilidad de repetir o modificar los estereotipos sociales. En nuestro país, las mujeres que como hemos visto son menos en cantidad en los medios, refuerzan los estereotipos en un porcentaje mayor (73%) frente a los varones (65%) y el porcentaje que desafía los estereotipos es mínimo todavía lo que muestra una falta de conciencia de género al momento de abordar las noticias.

4.e)

	2010	
	Mujer	Hombre
Refuerza estereotipos	73%	65%
Desafía estereotipos	4%	7%
Ni refuerza ni desafía	23%	27%

Gráfico 5. Historias que refuerzan o desafían estereotipos.



## 5. GÉNERO Y PRÁCTICAS DE PERIODISMO

- **Un ejemplo evidente de estereotipo**

Una de las noticias analizadas ese día mostró un tratamiento evidentemente estereotipado. Se trató de una noticia de Canal 13 en su noticiero nocturno cuyo título era “Largas colas en el ANSES”.

En esta noticia se presenta el otorgamiento de la asignación universal por hijo a partir de mostrar las extensas colas que realizan mujeres y varones con hijos desempleados y ocupación no registrada.

Para dar cuenta de esta situación, la noticia gira en torno a una mujer de unos treinta y tantos años que se conmueve por ver a las madres con sus hijos haciendo la cola toda la noche, para poder ser atendidas al otro día. Por esto les acerca leches para sus hijos.

A lo largo de la nota lo que se muestran son a las mujeres con sus hijos bebés en brazos que se disponen a pasar la noche, remarcando el rol de madres de las mujeres y en ese sentido se las entrevista. Desde la imposibilidad de volver a sus hogares sin remarcar que esas mujeres están desempleadas o se encuentran en una situación vulnerable y esta política del gobierno les permite acceder a una asignación por cada hijo para subsanar su situación.

Cuando los hombres son entrevistados, a ellos sí se les pregunta por su situación laboral, no siendo así con las mujeres, estableciendo una diferencia en cuanto a cómo se los utiliza como fuentes de información.

A ellas se las muestran vulnerables, con sus niños y niñas, desprotegidas y remarcando la sensibilidad de la mujer de clase media y madre, como el resto de las mujeres, que ve la injusticia de tener que atravesar una situación semejante.

- **Un ejemplo sutil de estereotipo.**

En esta nota del diario Clarín titulan “Cristina dice que cree en el orden de la calle “pero no a palos”. En primer lugar, es la presidenta la que habla y se la nombra por su nombre de pila algo que se repetirá a lo largo del texto, lo que le quita prestigio a la investidura que representa.

En el primer párrafo se la nombra con su apellido de casada, Kirchner siendo su apellido de soltera Fernández. Hacen mención al ex presidente de Néstor Kirchner para hablar sobre la postura del gobierno anterior acerca de no reprimir la protesta y para referirse a la presidenta dicen “también su esposa apuntó a situaciones que no precisó”. De esa manera, sostienen el rol familiar cuando hablan de una mujer, más allá del cargo que ocupa. Hablan sobre su esguince y su desplazamiento a lugares cercanos a su despacho en silla de ruedas en el 4º párrafo. Y sólo hacen mención a la noticia principal que sería la del acto, en el último párrafo donde mencionan a el jefe de la ciudad de Buenos Aires y el gobernador de la Provincia de Buenos Aires, ambos presentes en el acto, por su apellido o nombre completos.

Está claro, a lo largo de este Informe que nombrar a las personas con su nombre de pila o mencionar su rol familiar son estrategias que han mantenido el sistema patriarcal para desmerecer el trabajo o la figura de las mujeres.

La foto que acompaña la nota muestra a la presidenta Cristina Fernández junto a Mauricio Macri y detrás a Daniel Scioli.

- **Un ejemplo de oportunidad perdida**

En el Diario Clarín que se monitoreo ese día se publicó el otorgamiento del premio que la Sociedad Interamericana de Prensa a algunos trabajos periodístico en la Asamblea Anual celebrada en Buenos Aires. En esa oportunidad, una de las premiadas, y por eso la nota, fue la periodista Sibila Camps con una Mención Honorífica en la categoría Derechos Humanos y Servicios a la Comunidad, por una serie de notas publicadas en ese medio sobre prostitución. No se menciona el tenor del trabajo premiado específicamente y pero le otorga más espacio a la distinción de dos hombres que no pertenecen al medio. Sin dudas ha sido una oportunidad perdida ya que la periodista justamente ha trabajado sobre temáticas que afectan a las mujeres y sin embargo, el espacio fue ganado por hombres con temas que nada tienen que ver con la realidad de las mujeres en el país.

- **Un ejemplo que cuestione los estereotipos**

Lamentablemente no encontramos ninguna nota que cuestione o desafíe los estereotipos.

## RESUMEN Y CONCLUSIONES

La realidad en nuestro país no sólo se ha modificado por la presencia de mujeres en los lugares de decisión y poder, sino también porque se ha legislado en temas que las mujeres esperamos muchos años y que incluyen a los medios. La ley de Protección integral contra la violencia que amplía la tipología incorporando la violencia simbólica donde los medios de comunicación son centrales para evitar que se reproduzcan los estereotipos es fundamental, aunque todavía quede un camino en su puesta en funcionamiento. Otro punto que es importante ha sido la discusión y la aprobación de la Ley de medios que incorpora entre sus objetivos la no estereotipación y representación

igualitaria de hombres y mujeres. Medida que también está a la espera de ser reglamentada en el momento en que este informe es redactado.

Es indudable que los resultados de este nuevo Monitoreo Global de Medios que se realizó en Argentina el 10 de noviembre de 2009 ha producido datos, inesperados algunos, que demuestran un avance importante y otros menos agradables que sostienen que las mujeres seguimos siendo representadas en menor cantidad y sin modificar estereotipos.

Lo rescatable entre otros datos es que en el 2005 las mujeres representaban el 21% de las noticias y en el 2009 ocuparon el 29% de las mismas. Si bien el avance en rasgos generales no parece ser significativo, comparado con los resultados globales donde ese porcentaje es del 24%, y teniendo en cuenta que en 1995 el porcentaje era del 17%, Argentina se encuentra en una mejor situación. Esto puede deberse a que más mujeres ocupan lugares de poder y eso es innegable teniendo una presidenta mujer.

Sin embargo, hay otros datos que nos alientan a seguir trabajando en este sentido. El contenido analizado en las noticias demuestra que en la mayoría de los medios, la presencia de mujeres es menor al 35% siendo que las mujeres somos el 52% de la población del país, según el censo del 2001. En el 2005, ese número era menor al 25%, 10 puntos menos. Las fuentes para las noticias siguen siendo los hombres tanto a nivel local como internacional. Los temas que se reportaron ese día mostraron una gran presencia de mujeres en decisiones de poder, pero también en los vinculados a pobreza, asistencia social, vivienda. Como lo señalan las estadísticas, la gran mayoría de las afectadas por esas situaciones son las mujeres, pero no siempre cuando los temas afectan directamente a las mujeres son ellas quienes hablan. Esto lo demuestra las veces que la voz femenina aparece reflejada como experta, por cada 3 personas 1 es mujer. Lo mismo sucede en cuanto a sobre quién es la historia que trata la noticia. Logrando paridad en el caso en que se busca a testigos u opiniones al azar para sumar voces.

Las mujeres son presentadas el triple de veces que los hombres por su rol dentro de la familia lo que implica que todavía son reconocidas a partir del rol que ocupan alrededor de un hombre.

Una cuestión que señala el estudio, además de mostrar la representación de mujeres y varones en las noticias de los distintos medios es mostrar la realidad de periodistas y su relación en cuanto al género.

La mayor diferencia puede notarse en las radios, donde lo que se monitorean son sólo los segmentos noticiosos y notamos que en la mayoría de los casos, sólo había voces masculinas. Además, ha disminuido la presencia de periodistas femeninas en espectáculos, ampliándose la cobertura en otros temas, aunque todavía esa cobertura no logra alcanzar a sus pares masculinos. El medio que más paridad refleja es el diario, donde se registraron más mujeres que firman notas en todos los temas, cuando en el 2005 sólo el 23% lo hacía.

Los reporteros masculinos siguen prefiriendo consultar a los de su género como fuentes de información, mientras que sus colegas mujeres resultaron más equitativas a la hora de utilizar fuentes. El dato negativo es que del total de las noticias sólo hubo 2 personas consultadas cuya identidad de género era transgénero, travestis o de otro tipo no especificado.

Los presentadores siguen siendo hombres en la mayoría de los casos, aún siendo la mujer central en la noticia y en ninguna se ha destacado por incluir temáticas de equidad de género lo que implica que existen herramientas que los y las periodistas no



utilizan para lograr que la presentación de la noticia mantenga el sesgo cultural y del sistema patriarcal que arrastra desde hace décadas. Esto no sólo se observa en el modo en que son representadas mujeres y hombres sino en cuánto al cuestionamiento de los estereotipos. Sin duda se ha perdido una oportunidad importante, sobre todo teniendo en cuenta que en el 31% de los casos ni refuerzan ni desafían aumentando desde el 2005 el porcentaje que era del 81%. Los estereotipos se han fortalecido ya que el 63% los refuerzan cuando en el estudio anterior sólo lo hacían en el 16% de los casos.

Es necesario señalar que la existencia de una red de periodistas con perspectiva de género como la Red PAR, con incidencia pública y desarrollo de materiales para mejorar la práctica periodística sin duda debe haber influenciado en las modificaciones que se produjeron en los últimos cuatro años.

## LOS PRÓXIMOS CINCO AÑOS

En nuestro país queda un recorrido por hacer para cambiar los datos que presentamos en este informe. Pensando en cuáles son los ámbitos más importantes que lograr este cambio, proponemos:

Desde el Estado:

- Incorporación de reglamentación de la ley de medios incorporando la perspectiva de género, teniendo en cuenta el artículo 3.m que plantea la representación equitativa de hombres y mujeres y la no estereotipación de los mismos.
- Designar de asesores/as especialistas en perspectiva de género del Defensor del público.
- Crear Direcciones que definan políticas públicas de comunicación en ámbitos públicos de los medios de comunicación, como RTA (Radio y Televisión Argentina) y desde el AFSCA (Autoridad Federal de Serv. de Comunicación Audiovisual)
- Producción de decálogos e inclusión de material en los manuales de estilo de los medios o manuales de estilo para la equidad de género.

Desde lo privado:

- Capacitar a editores y productores de radio y tv en diversidad.
- Capacitar a las agencias periodísticas para el tratamiento equitativo de la información.

Desde las Organizaciones civiles y redes de periodistas:

- Armar una agenda de expertas en todos los temas para hacer circular en los medios y entre los periodistas.
- Producir material que explique los riesgos de mantener los estereotipos y cómo influyen en la vida de las mujeres que se mantengan.
- Incentivar la creación de Observatorios regionales, tanto en medios, como en derechos de las mujeres.

Desde el ámbito educativo público y privado:

- Incorporar seminarios obligatorios en la educación media y superior en periodismo y comunicación.
- Incentivar el desarrollo de investigaciones sobre temáticas vinculadas a los tópicos que afectan sensiblemente a las mujeres.

## Anexo 1. Metodología

A cada país participante se le asignó un número específico de diarios, así como radio noticieros y telenoticieros para que los monitoreara; la asignación se hizo de acuerdo con la densidad de medios. Esto se hizo así para asegurarse que los resultados mundiales reflejen en forma correcta la distribución de los medios noticiosos del mundo, al mismo tiempo que se respetara la necesidad de equilibrar los resultados provenientes de los países pequeños con los de los países más grandes. El número y selección de emisoras monitoreadas en cada país refleja la densidad y diversidad —audiencia, propiedad, idioma— de los medios en cada país.

Se hicieron esfuerzos para asegurar una comprensión y aplicación uniforme de la metodología en todo el mundo. Se proporcionaron instrucciones claras sobre cómo codificar. Algunos coordinadores/coordinadoras regionales y nacionales tuvieron oportunidad de realizar capacitación cara a cara o una capacitación virtual con otros, mientras que los equipos de voluntarios a escala mundial desarrollaron destrezas para realizar el monitoreo mediante cursos de auto capacitación en línea. En una región, los/las coordinadores/coordinadoras regionales capacitaron a los/las coordinadores/coordinadoras nacionales mediante teleconferencias. En algunos países, los/las coordinadores/coordinadoras nacionales proporcionaron capacitación avanzada a grupos de monitores/monitoras voluntarios.

En cada país las/los monitores codificaron totalmente los noticieros de la radio y de la televisión más importantes de ese día. Para los diarios, se codificaron entre 12-14 notas que aparecieron en páginas centrales —definidas como páginas dedicadas a noticias nacionales, internacionales y, en algunos casos, regionales—. Por primera vez el monitoreo global de medios incluyó noticias que aparecieron en internet; esto a manera de proyecto piloto en algunos países seleccionados tomando como criterio la importancia de la internet como fuente de noticias para los consumidores de noticias locales.

La investigación cuantitativa captura datos estadísticos sobre temas noticiosos, mujeres y hombres en las noticias, el tipo de notas periodísticas en las que aquello/aquellas aparecen y su función en las noticias. El análisis cuantitativo estuvo a cargo de Media Monitoring Africa (MMA), en Sudáfrica.

Un análisis en profundidad y más matizado de noticias seleccionadas examinó los medios, temas y patrones de género en las noticias. Este análisis cualitativo tomó en consideración el papel que desempeña el ángulo en la noticia, el lenguaje y la representación visual para elaborar y sostener o cuestionar los estereotipos de género.

Una discusión completa sobre la metodología, incluyendo consideraciones sobre la confiabilidad, precisión y limitaciones aparece en el informe mundial *¿Quién figura en las noticias? Proyecto de Monitoreo Global de Medios 2010*.

## **Anexo 2. Lista de monitoras y monitores**

Las y los monitores que participaron en el país:

### **BUENOS AIRES:**

Juan Isella, Dafne Plou, Silvina Molina, Gabriela Zerbin, Nestor Machini, Marina Raffaelli, Sub-comisión de género del Instituto Mov. de Fondos Cooperativos- Mar del Plata (Raquel Magaldi, Susana Coltrinari, Mirta Sojo, Cristina Petelín), Andrea Rosetti, Programa A través del espejo (Cintia Berdaguer y Lucía Gorriacho), Claudia Florentin, Marcela Gabioud.

### **CORDOBA:**

Red Nosotras en el Mundo (María Soledad Ceballos, Daniela García, Emilce Farías) Pate Palero y Paula Leduc.

### **ROSARIO:**

Instituto Movilizador de Fondos Cooperativos -Rosario (Elena Raimondi y Claudia Paredes)

### **PATAGONIA:**

Miriam Sanuy

# WACC

308 Main Street

Toronto

ON M4C 4X7

Canadá

**Tel:** +1 416 691 1999

**Fax:** +1 416 691 1997

**Email:** [info@waccglobal.org](mailto:info@waccglobal.org)

**Web:** [www.waccglobal.org](http://www.waccglobal.org)  
[www.whomakesthenews.org](http://www.whomakesthenews.org)



Instituto Movilizador de Fondos Cooperativos

Hipólito Yrigoyen 1541

Mar del Plata

Pcia. de Buenos Aires

Argentina

Tel.: 0223-491-4049

**Coordinadora Nacional:** Marcela Gabioud

Tel.: 011 5262 8159 / Email: [mgabioud@gmail.com](mailto:mgabioud@gmail.com)

**Coordinadora para el Cono Sur:** Claudia Florentin- E-mail: [clauflorentin@hotmail.com](mailto:clauflorentin@hotmail.com)

Tel: 011- 5162 2558