

**¿QUIÉN  
FIGURA EN LAS  
NOTICIAS?**



# Paraguay

---

## 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 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 periodo 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 periodo 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.

### Contexto nacional

El reconocimiento sobre el abordaje periodístico parcial y sexista imperante en los medios de comunicación, es un primer paso que se debe dar para evidenciar el desequilibrio profundo que existe. En este sentido un monitoreo de medios sirve para poner en evidencia esta desigualdad.

---

<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.

No hay conciencia real sobre cómo incide y sesga la cultura, la proyección poco valorada de la imagen, función y desempeño de las mujeres. El monitoreo representa la oportunidad de trabajar con comunicadores y comunicadoras, para exponer la problemática del tratamiento inequitativo que se desarrolla actualmente en Paraguay.

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.

En Paraguay, al igual que a nivel mundial, el monitoreo se realizó el día martes 10 de noviembre de 2009 y fueron incluidos 8 medios de comunicación, 2 diarios de tirada nacional y 2 canales de mayor cobertura. En cuanto a la radio, fueron monitoreadas 4 radios, 3 de gran alcance y que operan en la capital del país (Asunción); y 1 radio de alcance regional en la zona sur del país, Encarnación, capital departamental de Itapúa (unos 400 Km de Asunción y frontera con Argentina).

Para las organizaciones monitoras participar en este monitoreo representa la oportunidad de contar con un instrumento o insumo tomado como fotografía de la realidad local, nacional, en el marco de un contexto mundial, donde se visualiza cómo los medios de comunicación abordan o incluyen a las mujeres en las noticias. Por otro lado representa un aprendizaje para replicar el monitoreo en algún momento, con la inclusión de más medios de comunicación a nivel local y nacional.

## Resumen ejecutivo

Entre los principales resultados del monitoreo realizado en Paraguay se destacan algunos aspectos que demuestran claramente las asimetrías existentes en relación a la presencia de varones y mujeres en el mundo de las noticias, tanto en la televisión, la radio y el periódico.

El monitoreo revela que el tipo de información que predomina en los espacios informativos y páginas principales de los medios en Paraguay, predomina la noticia relacionada a crimen y violencia, seguida por temas gubernamentales y económicos.

En cuanto a la aparición de las mujeres en la noticia, en general, llega a un 18% del total monitoreado. Este porcentaje sube significativamente en el tópico social y legal alcanza un 33 %, mientras que en los temas relacionados a política y gobierno el porcentaje baja y llega solo a un 12%.

Cuando se trata de ver a las mujeres como sujetos de la noticia, según el medio, se notó una mayor participación en la televisión (21%), seguida por la radio (17%) y en los diarios 16%.

Los datos más llamativos, que muestran el tratamiento sexista de la información y refuerzan estereotipos y roles tradicionales de mujeres y hombres son los datos relacionados a la aparición en los roles públicos y de poder donde predominan los hombres y en roles domésticos siguen apareciendo exclusivamente las mujeres (100%). Similar situación se da en relación a la fuente informativa, según la importancia local y nacional de las noticias. Allí, las mujeres son más consultadas en las noticias locales (35%) bajando considerablemente (10%) en las noticias nacionales.

Cuando se observa la función que cumplen los sujetos de las noticias, las mujeres en la mayoría de los casos aparecen como víctima (67%) y los hombres aparecen como portavoces, expertos, comentaristas en las noticias analizadas (82%).

El monitoreo también deja ver que las mujeres siguen estando en mayor medida en temas relacionados a la belleza, vanidades y moda.

Persiste aún la diferenciación de qué noticias presentan las mujeres y cuáles los hombres. En este sentido, las mujeres presentan y reportan más noticias relacionadas a ciencia y salud, quedando mayormente para los hombres las noticias relacionadas a temas políticos, nacionales, económicos, etc. Es importante señalar que cuando reportan las mujeres aumentan las fuentes femeninas consultadas.

En general, la presencia de mujeres y hombre como presentadores de la noticia no muestra una distancia considerable. Esto se nota principalmente en televisión. En contrapartida, en las noticias deportivas, es nula la participación de las mujeres como presentadoras.

En cuanto al análisis cualitativo, las mujeres “no son noticias” de manera significativa. En el día del monitoreo, sólo en un 5 % de todos los medios monitoreados las mujeres fueron centrales en la noticia y prácticamente ninguna de las informaciones analizadas enfatiza claramente los temas concernientes a la igualdad o desigualdad entre mujeres y hombres.

Finalmente, el monitoreo en Paraguay permitió visualizar que la información sigue reforzando los estereotipos de género, y que en algunos pocos casos, las propias mujeres son las que en alguna medida desafían los estereotipos de género en las noticias.

## UN DÍA EN LAS NOTICIAS

- **10 de noviembre, 2009.** La agenda informativa de los medios en Paraguay estuvo marcada por temas policiales relacionados con el secuestro del ganadero Fidel Zavala; movilización por conflicto patronal-sindical de la principal acería del país (ACEPAR, Aceros del Paraguay); legislación en telecomunicaciones con el tema de las radios comunitarias; y por las consecuencias de la tormenta de la noche previa.
  - La presencia de mujeres en la información en Paraguay, el día 10 de noviembre refleja la desigualdad existente.
  - Vemos que en los diarios tenemos un 16% de mujeres como sujetos de la noticia en contrapartida del 84% de los hombres .
  - En la radio se reproduce el desbalance con el 17% mujeres y 83% de hombres cómo sujetos de la información.
  - En la TV se ve un leve aumento de las mujeres en la información, persistiendo el desequilibrio de los otros medios; 21% de mujeres y 79 % de hombres.
  - En las noticias locales se tiene un mayor porcentaje de presencia de mujeres en la información, alcanza hasta un 35%, pero llevado al plano nacional solo en el 10% de los casos las mujeres aparecen en la información.

## EL CONTEXTO

- **Contexto del país:** Los medios de comunicación, entre ellos, la radio representa a una de las instituciones más creíbles en América Latina, seguida por la TV y posteriormente los diarios, según se desprende del Informe Latino barómetro 2009. Paraguay es un país con una profunda tradición oral, hecho que posibilita sobresalir a las radios entre el resto de los otros medios de comunicación, seguida por la televisión.

Por otro parte la sociedad paraguaya, adolece de prácticas patriarcales y machistas, que incide en la vida social, política y cultural del país, en donde el machismo todavía no es cuestionado realmente desde planteamientos estructurales.

En ese marco la presencia e imagen de la mujer en los medios ha sido cosificada y reducida como producto que vende en el mercado de acuerdo a determinados estándares y parámetros muy limitados y estereotipados.

Por otro lado la imagen de la mujer en los medios de comunicación se limita hasta hoy, en la mayoría de los casos, a reforzar el rol tradicional reproductivo de madre, esposa y ama de casa.

Tampoco es muy alentador el panorama en términos de participación y rol de la mujer en los medios de comunicación tradicionales, en donde nuevamente se reitera la desventaja con relación a los hombres que tienen mayor poder y su función es en roles protagónicos.

En cuanto al abordaje informativo la cantidad y calidad de la información cuando se trata de mujeres es también materia pendiente.

En contrapartida las organizaciones de mujeres han desarrollado espacios de capacitación a periodistas, materiales informativos, vocerías, y una serie de iniciativas para lograr que los medios puedan incorporar un tratamiento equitativo y real de las mujeres en la información.

Si bien los resultados no son los más alentadores, existe un leve avance teniendo en cuenta la mayor diversidad de medios que existen y el mayor acceso de las organizaciones sociales a los medios, principalmente en las radios comunitarias.

Luego del cambio de gobierno en el 2008, se ha posicionado un poco más la problemática de las mujeres desde varias de las secretarías del Estado. Eso también contribuye a una mayor presencia en los medios.

- **Medios monitoreados:**

Diario ABC Color  
Diario Ultima Hora  
Canal 4, Telefuro  
Canal 9, Sistema Nacional de Televisión (SNT)  
Radio Ñanduti, 1017 AM  
Radio Primero de Marzo, 780 AM  
Radio 970 AM  
Radio Encarnación (Alcance regional)

El criterio utilizado para la selección de los medios, fueron su nivel de incidencia en la opinión pública, el alcance y la cobertura a nivel nacional. Por otro lado se planteó la necesidad de por lo menos observar una experiencia local que geográficamente esté fuera de la capital del país y que aporte al monitoreo de Paraguay, aunque sea en menor medida, un panorama más allá de los medios que están concentrados en Asunción.

- **Monitores/monitoras:**

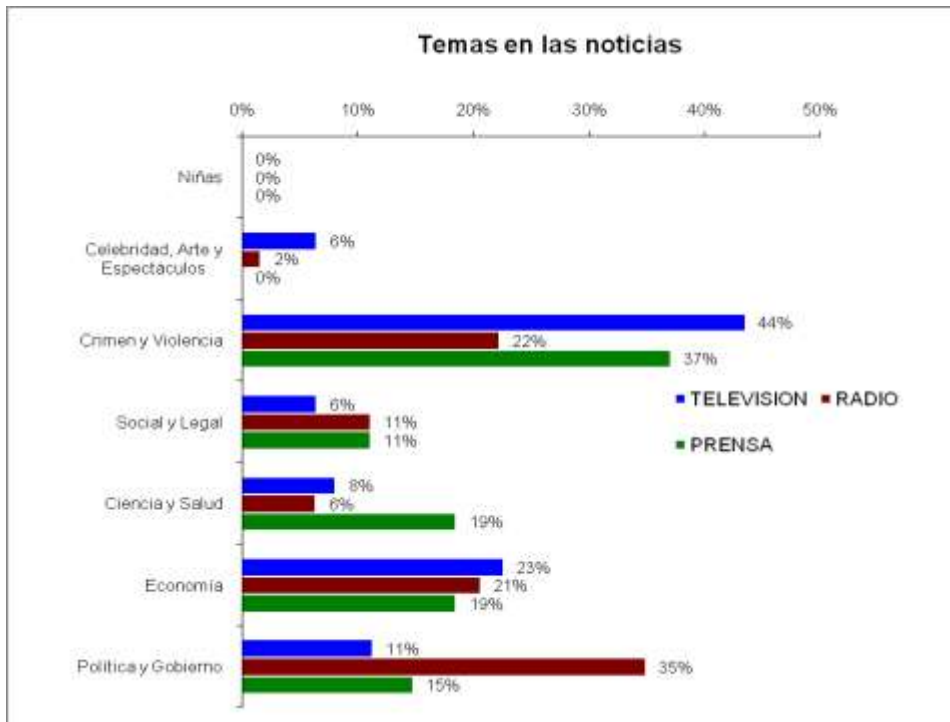
- Carolina Ravera - Diario ABC Color. 12 noticias monitoreadas y 57 personas identificadas.
- Mirian Candia - Diario última hora. 14 noticias monitoreadas y 63 personas identificadas
- Carolina Castill y Oscar Boltes - Canal 4, Telefuro. 35 noticias monitoreadas y 40 personas identificadas.
- Alicia Stumpfs - Canal 9, Sistema Nacional de Televisión (SNT). 36 noticias monitoreadas y 49 personas identificadas.
- Zunilda Acosta y Oscar Boltes - Radio Ñanduti, 1017 AM. 14 noticias monitoreadas y 16 personas identificadas.
- Elianne Barrail y Leticia Giménez - Radio Primero de Marzo, 780 AM. 20 noticias monitoreadas y 15 personas identificadas
- Leticia Alvarez y Samuel Acosta - Radio 970 AM. 24 noticias monitoreadas y 32 personas identificadas
- Adela Cubilla - Radio Encarnación. 4 noticias monitoreadas y 4 personas identificadas.

## TÓPICOS EN LAS NOTICIAS

- **Tópicos en las noticias:**

El monitoreo realizado en Paraguay, predomina la noticia relacionada al ítems Crimen y Violencia, seguida por Política y Gobierno, y en tercer lugar los tema vinculados a la Economía.

- Política/gobierno: 33
- Economía: 32
- Ciencia/salud: 14
- Social y legal: 14
- Crimen/violencia: 51
- Celebridades/artes/medios/deportes :5
- niña-mujer 0
- otros: 3



Las noticias de política y gobierno están presentadas en un 44% por mujeres y el 56% por hombres.

En cuanto a economía el 47% fue presentado por mujeres y el 53% por hombres.

En crimen y violencia el 35 % o sea 27 noticias por mujeres y el 65% por hombres 51 noticias.

En Ciencias y Salud 54% reportado por mujeres y 46% por hombres.

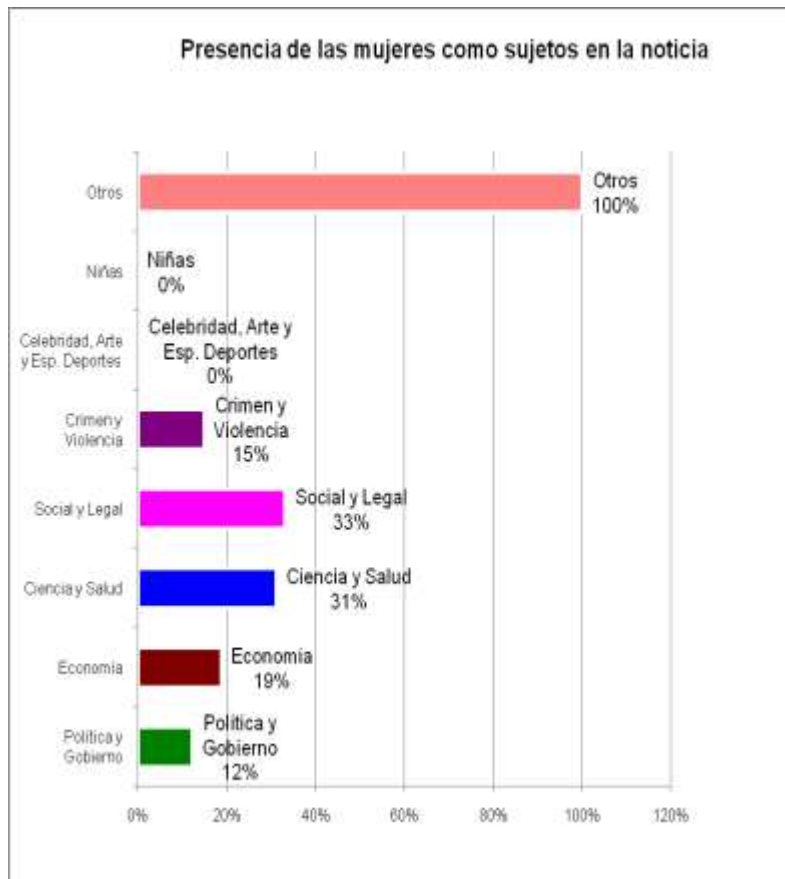
En Social y legal el 65% por mujeres y 35 % por varones.

En el ítem celebridades, artes, medios y deportes fue reportado íntegramente por hombres. 100%



## LAS NOTICIAS

- En general presencia de las mujeres y hombres en las noticias en Paraguay como sujetos de la noticia, reporteros/reporteras y locutores/locutoras:
- En general el promedio de la presencia de las mujeres en la noticia es del 18% .
- En social y legal la presencia de las mujeres llega a un 33%, mientras que en ciencias y salud 31%, seguido de Economía del 19%, crimen y violencia 15% y por último tiene un 12% de presencia en política y gobierno.



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

En prensa escrita tenemos el 16% son sujetos de la noticia las mujeres y los hombres 84%.

En la radio 17% mujeres y 83 son hombres.

En la TV 21% son mujeres y 79 son hombres.

- **Fuentes de las noticias:**

Son fuentes de las noticias las mujeres en un 18% y los hombres 82%.

En el caso de las mujeres en un 35% son fuentes de las noticias locales frente a los hombres que son fuentes 65% de los casos.

Lo más llamativo es que en las noticias nacionales el 90% de las fuentes consultadas son hombres, frente al 10% de las mujeres.

En cuanto a las noticias internacionales el 18% de las fuentes consultadas son mujeres, frente al 82% de hombres.

### **De 218 noticias los tópicos más resaltantes son:**

-41 noticias de delitos no violentos, cohechos, tráfico de drogas, corrupción. En este tópico 38 noticias tienen presencia de hombres y 3 de mujeres.

-35 noticias de defensa nacional, gasto y entrenamiento militar, de las cuales 34 tienen presencia de hombres, y solo una de mujer.



-30 noticias sobre violencia, crimen, asesinato y secuestros, en donde 23 tienen presencia de varones y 7 de mujeres.

-22 noticias de política nacional y gobierno, en 17 hay presencia de hombres y 5 de mujeres.

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

-Autoridades de gobiernos hubo 16 mujeres y 91 hombres

-Funcionarios y funcionarias públicos: 2 mujeres frente a 22 hombres.

-Jueces, abogados y magistrados: 5 mujeres y 18 hombres

-Policía, militares y grupos para militares: ninguna mujer frente a 18 hombres.

-Ama de casa, familia: 11 mujeres, ningún varón.

En términos globales las mujeres nombradas en diferentes posiciones suman el 18% frente al 82% de hombres mencionados.

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

-Sujeto de la noticia: 93 varones y 18 mujeres

-Portavoz de la noticia: 83 varones y 11 mujeres

-Experto o comentarista: 13 varones frente a 3 mujeres

-Experiencia personal: 17 hombres frente a 9 mujeres

-Opinión popular: 1 hombre frente a 1 mujer

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

-En total de 23 noticias que presentan víctimas 15 son mujeres y 8 varones (67% vs 33%)

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

- Las mujeres en un 23% están identificadas por relación familiar y en el caso de los hombres solo un 3%

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

De 19 noticias solo en una se reporta la relación familiar y es realizada por 1 hombre.

- **Imágenes en las noticias:**

De 20 noticias que tratan de mujeres solo en 2 aparecen fotografías, frente a 103 noticias de hombres en donde 23 aparecen con fotografía.

En el caso de los hombres aparecen entonces casi en el doble de veces que las mujeres. El 22% frente al 10% de las mujeres.

## ¿QUIÉN PRESENTA LAS NOTICIAS?

- **En general presentadores.**

General:

204 Noticias: 119 fueron presentadas por hombres y 85 por mujeres. (58% hombres vs 42% de mujeres)

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

**Presentadoras Mujeres**

-57% entre 19 y 34 años

-33% entre 35 y 49 años

-14% entre 50 y 64 años

### Reporteras

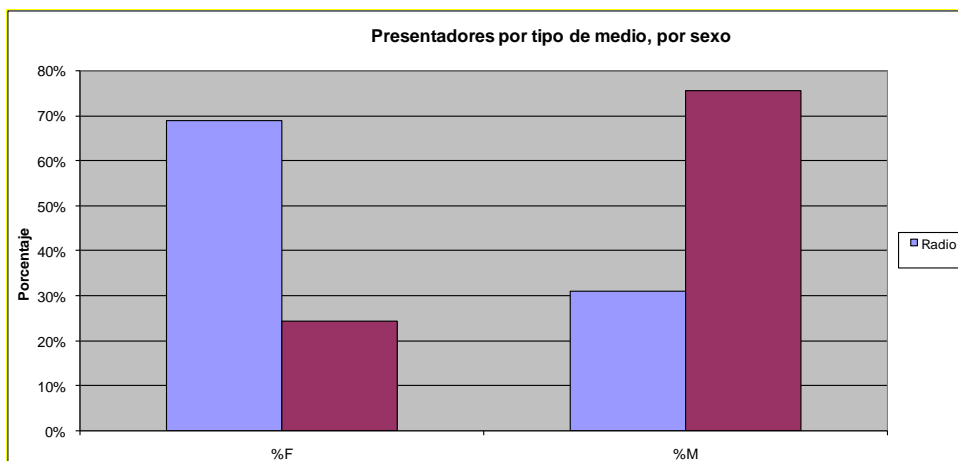
- 61% entre 35-49 años
- 59% entre 50 a 64 años
- 40% no se identifico la edad
- 19% entre 19 y 34 años

- **Anunciadores:**

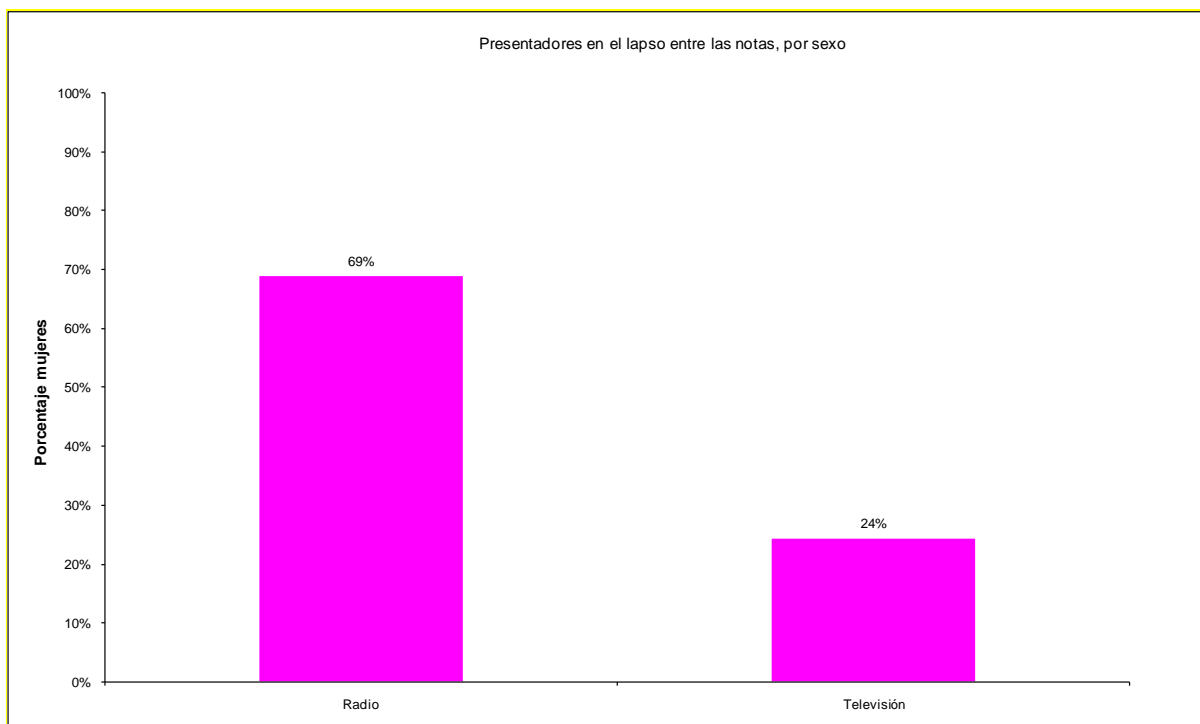
En general hay 49% de las presentadoras son mujeres y 51% de hombres.

-Radio 58 noticias en total  
69% presentados por mujeres  
31 %presentados por varones

-TV: 49 noticias  
76% hombres  
24% mujeres



- Presencia de anunciadoras mujeres en la radio y TV en el lapso entre notas periodísticas.  
En un 49% aparecen las mujeres  
Radio 69%  
TV 24 %



- **Presencia de mujeres y hombres como anunciadores en el lapso entre notas nacionales e internacionales:**

- En noticias locales

- 18 noticias presentadas por hombres (58%)

- 13 noticias por mujeres (42%)

- En noticias nacionales

- 27 noticias presentadas por hombres (46%)

- 32 noticias por mujeres (54%)

- En noticias nacional y otros

- 3 noticias presentadas por varones(75%)

- 1 varones (25%)

- En noticias internacionales

- 6 noticias presentadas por varones (55%)

- 5 noticias por mujeres (45%)

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

- 40 noticias de Crimen y violencia: 25 presentan hombres y 15 mujeres. (63% vs 38%)

- 25 noticias de Política y Gobierno: 11 presentan hombres y 14 mujeres (44% vs 56%)

- 21 noticias de Economía: 11 presentan hombres y 10 mujeres (52% vs 48%)

- 9 noticias área social y legal: 2 presentan hombres y 7 mujeres (22 % vs 78%)

- **Reporteros/reporteras.** Presencia de mujeres y hombres como reporteros en su país por medio – TV, radio y diarios:

- Prensa escrita: 1 noticia reportada por mujer y 5 por varones (17% mujer vs 83% de hombres)

- Radio: 6 noticias reportadas por mujeres y 21 por hombres

(78% hombre vs 22% mujer)

-Televisión: 36 noticias reportada por hombres y 27 por mujeres (57% vs 43%)

- **Describe los resultados sobre el porcentaje de notas a cargo de reporteras y reporteros en su país por tópico reportado:**

-Crimen y violencia de 78 noticias: 51 son presentados por varones y 27 por mujeres (65% vs 35%)

-Política y gobierno 43 noticias: 24 son presentadas por varones y 19 por mujeres (56% vs 44%)

-Economía 43 noticias: 23 son presentadas por hombres y 20 por mujeres (53% vs 47%)

-Ciencias y Salud 13 noticias: 6 son presentadas por varones y 7 por mujeres (46% vs 54%)

-Social y legal 17 noticias: 6 presentadas por hombres y 11 por mujeres ( 35% vs 65%)

- **Noticias nacionales e internacionales en su país por reporteras/reporteros:**

-Las noticias locales fueron reportadas en 43 % por mujeres y 57 % hombres.

-Noticias nacionales: 34 % de noticias por reporteras mujeres y 66% por reporteros hombres

-Nacional y otros: 29 % de noticias por reporteras mujeres y 71% reporteros hombres.

-Internacionales: 30% de noticias reportadas por mujeres y 70% por reporteros hombres.

- **Principales tópicos de las notas en su país por reporteras/reporteros:**

-Crimen y violencia 36 noticias: 24 reportan hombres y 12 mujeres (66% vs 34%)

-Economía 22 noticias: 12 reportan hombres y 10 mujeres ( 55% vs 45%)

-Política y gobierno con 16 noticias: 11 reportan hombres y 5 mujeres . ( 69 % vs 31%)

-Ciencia y salud 5 noticias: 2 reportan hombres y 3 mujeres ( 40% y 60%)

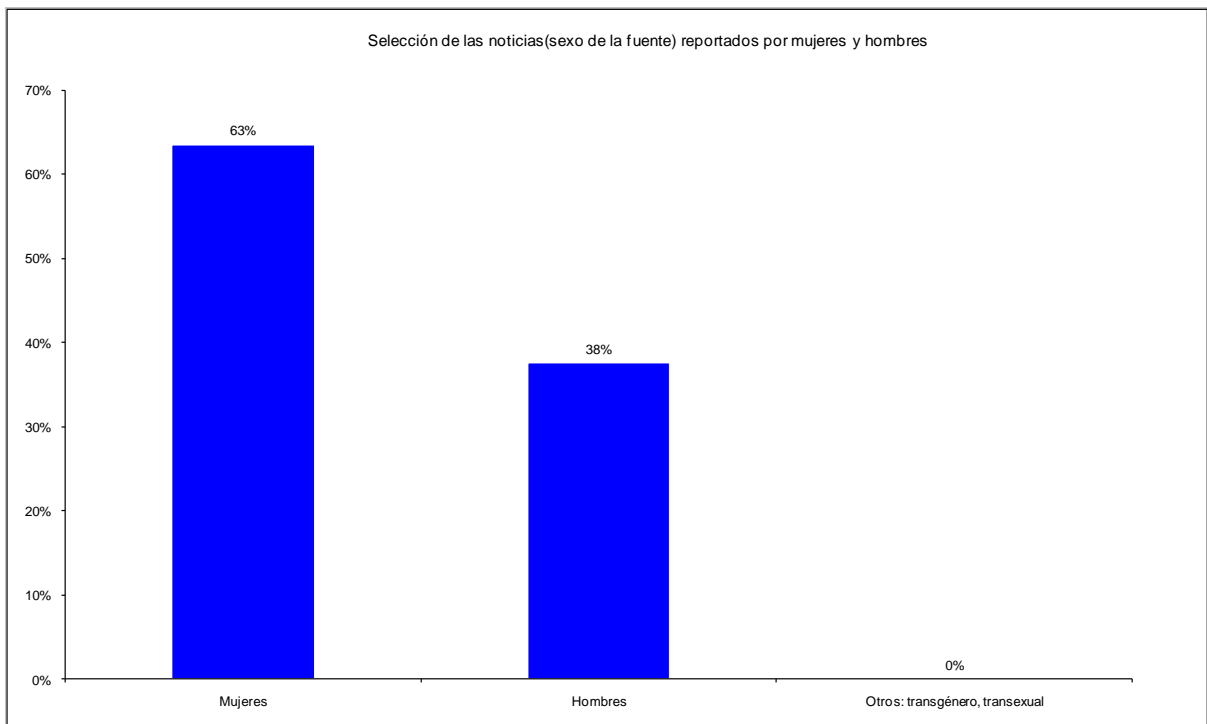
-Social y legal 8 noticias: 4 reportan hombres y 4 mujeres (50% y 50%)

-Celebridades, arte y espectáculos y deportes 8 noticias: todas por hombres ( 100% vs 0%)

- **Reporteros/reporteras y fuentes de las noticias. ¿Hay más fuentes femeninas de la noticia en las notas reportadas por mujeres en su país?**

-En las notas reportadas por mujeres de 27 noticias, 17 tienen fuentes de la información a mujeres y 10 tienen como fuentes a hombres (63% y 37%)

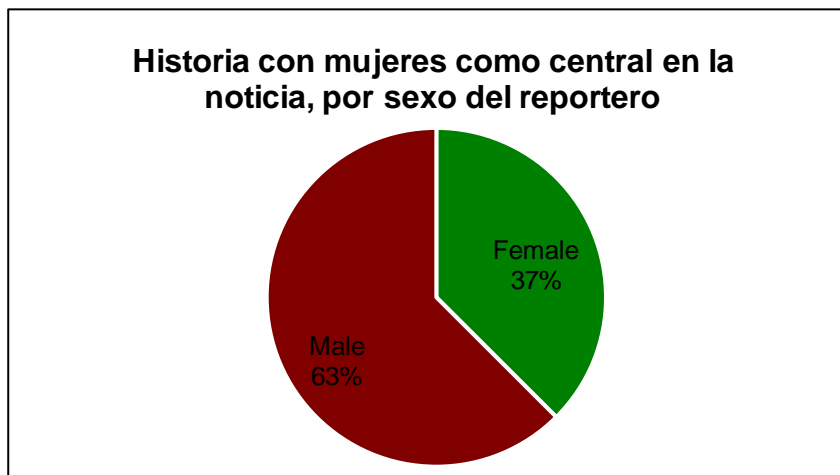
-En las notas reportadas por hombres de 125 noticias, 47 tienen fuentes de información a mujeres y 78 tienen como fuente a varones (38% vs 62%).



## GÉNERO Y NOTICIAS

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

En 8 notas que se centran en mujeres, 5 son notas reportadas por varones y 3 por mujeres. (63% vs 37%)



- **Notas con mujeres como tema central en su país, por tópico**

-Celebridades, nacimientos, matrimonios, defunciones: 3 noticias

-Concurso de belleza, modas, cirugía estética: 2 noticias

-Mujeres candidatas regionales, relaciones de género, roles de mujeres y hombres fuera del hogar: 1 noticia

- Sistema jurídico, legislación (aparte de la familia, la propiedad y derecho de sucesiones): 1 noticia

-Actividades artísticas recreativas, ocio, cine, teatro y danzas: 1 noticia

-Política interna, gobierno (local, regional nacional): 1 noticia

- **¿Cuestionan o refuerzan estereotipos?**

En total de 127 noticias están de acuerdo 5%, en desacuerdo 66% y no lo cuestionan ni lo refuerzan en 29%.

Por tema:

-Social y legal 12 noticias: 9% de acuerdo, 82 en desacuerdo y 9 ninguno de los dos.

-Crimen y violencia 41 noticias: 7% de acuerdo, 60% en desacuerdo y 32 % ninguno.

-Política y Gobierno 30 noticias: 5% de acuerdo, 60 % en desacuerdo y 34 % ninguno.

-Economía 27 noticias: 3 % de acuerdo, 66 % en desacuerdo y 31 % en ninguno.

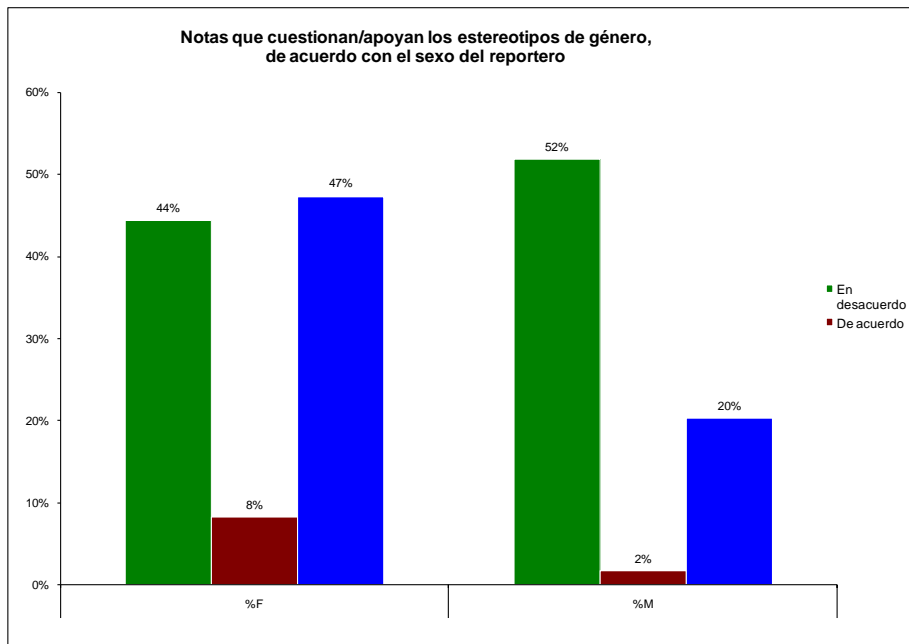
- **Comente sobre los resultados de las notas que cuestionan/apoyan los estereotipos de género, de acuerdo con el sexo del reportero**

-En total de 80 noticias analizadas 47 refuerzan estereotipos de género, 4 noticias desafían, 29 no refuerzan ni desafían.

Del total de noticias que refuerzan los estereotipos de genero el 52% es presentado por varones y el 44 % por mujeres.

Desafían los estereotipos de género 2 % está presentado por varones y el 8 % por mujeres

De las noticias que no refuerzan ni desafían el 20% presentan hombres y el 47 % por mujeres



## GÉNERO Y PRÁCTICAS DE PERIODISMO

N/A

## RESUMEN Y CONCLUSIONES

-El aspecto que revela mayor participación de la mujer en TV, es un dato llamativo, que demuestra que este porcentaje aparentemente favorable responde a la cuestión estética e imagen de las mujeres.

## LOS PRÓXIMOS CINCO AÑOS

- **¿Qué se puede hacer en su país durante los próximos cinco años para promover una representación justa y equilibrada de mujeres y hombres en las noticias?**
  - Publicar y presentar estos resultados
  - Sensibilización y reconocimiento del tema
  - Capacitación a los equipos de trabajo de los medios de comunicación
  
- **¿Qué pueden hacer las/los ciudadanos o consumidores para promover que los medios noticiosos locales y nacionales produzcan reportajes que tomen en consideración la equidad de género?**
  - Generar mayor sanción social al trabajo de los medios
  - Promover observatorios
  - No consumir esos medios
  
- **¿Qué pueden hacer las organizaciones de la sociedad civil?**
  - Protestar
  - Movilizar
  - Exigir
  - Capacitar
  
- **¿Quién más puede hacer algo y cómo?**
  - Gobierno con políticas públicas
  - Sociedad civil con observatorios de medios y exigibilidad a un tratamiento diferente
  - Academia: Incorporación del tema género y capacitación
  - Los medios de comunicación con mayor compromiso
  
- **Destaque aproximadamente 5 áreas de acción que Ud considere pueden contribuir a la transformación deseada**

-Políticas Públicas: que fomenten y promuevan el abordaje desde un enfoque de la equidad de la información

-Capacitación: para comunicadores y comunicadoras en el ejercicio periodístico y en las facultades y centros de formación periodística.

-Sensibilización :Para diferentes sectores de la sociedad y para las trabajadoras y trabajadores de los medios de comunicación que permitan entender la incidencia e importancia de plantear a la mujer en la información de una forma valorada, apropiadas y que refleje nuevas formas de relaciones de poder.

-Presupuesto: Para que los medios de comunicación inviertan en la formación de periodistas, para que se puedan desarrollar proyectos de organizaciones que trabajen la tematica.

-Participación ciudadana; Se requiere generar observatorios de medios de comunicación, que propicien una mirada sobre el trabajo de los medios, que puedan constituir una especie de contralores del trabajo de los medios y que se genere sanción social hacia quienes invisibilicen a las mujeres, o perpetúen en sus medios formas opresivas y autoritarias de abordar la información con relación a ellas.

## 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

- Carolina Ravera
- Mirian Candia -
- Carolina Castell
- Oscar Boltes -.
- Alicia Stumpfs
- Zunilda Acosta.
- Elianne Barrail
- Leticia Alvarez
- Samuel Acosta
- Adela Cubilla



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)