

¿QUIÉN  
FIGURA EN LAS  
NOTICIAS?



# Argentina



**GMMP**  
Proyecto de Monitoreo  
Global de Medios  
**WACC**

Reconocimientos



GMMP 2015 aparece bajo licencia de creative commons utilizando una Attribution-NonCommercial-NoDerivs.

El GMMP 2015 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 2015 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.



Con el apoyo de



## Prefacio

### Contexto mundial

➤El 25 de marzo de 2015 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 Quinto 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.”

➤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.

➤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 quienes 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 cuarto GMMP en 2010 atrajo la participación de 108 países. Fueron evidentes los progresos de la presencia de las mujeres en los medios. Las mujeres representaban el 24% de las personas en las noticias. Aunque este aumento de 3% en los últimos cinco años fue estadísticamente significativo, los resultados abrumadores mostraron la

continuada invisibilidad de las mujeres en las noticias. Sólo el 13% de los informes - se centraron específicamente en las mujeres. Las mujeres eran raramente centrales en informes que constituyeran la mayor parte de las noticias tales como política, gobierno y la economía. Las mujeres fueron excedidas en número por hombres como sujetos de noticias en todas las materias principales de las noticias. 44% de las personas dando opinión pública en las noticias eran mujeres - un aumento del 10% desde 2005. Como sujetos de noticias, las mujeres estaban sub-representadas en las categorías profesionales. El cuarto GMMP llegó a la conclusión de que el sexo del periodista tuvo un impacto sobre sí o no las mujeres figuraban en las noticias: habían más mujeres sujetos en las noticias en los informes realizados por las periodistas mujeres (28%) que en los reportajes informados por los periodistas hombres (22%). En un piloto de vigilancia de noticias en línea, 76 sitios web de noticias en 16 países y 8 sitios web de noticias internacionales fueron supervisados también en el contexto del GMMP en 2010. Los resultados mostraron que sólo el 23% de los sujetos de las noticias fueron mujeres lo que corroboró la situación de la invisibilidad de las mujeres en los medios tradicionales reflejada también en las noticias presentadas en línea.

»El primer GMMP y, como veremos, el quinto GMMP revela que el mundo del que se informa en las noticias es fundamentalmente masculino. Veinte años después del primer GMMP, los retos del sexismo de los medios, los estereotipos y prejuicios sexistas son tan insolubles en el tiempo, el espacio y las plataformas de distribución de contenido. Por otro lado, hay ejemplos de éxito hacia medios justos y equitativos entre los sexos.

## Contexto nacional

- 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 de comunicación.
- El Proyecto Monitoreo Global de Medios es central para Argentina como lo es para otros países de la región y del mundo. La razón es que nos brinda una herramienta potente, y cada versión más sofisticada, de la medición de las desigualdades de género en la representación que hacen los medios de comunicación. La percepción intuitiva es que Argentina avanzó bastante los últimos años en relación a la democratización de los medios de comunicación desde un punto de vista de género. Desde 2009 disponemos de un marco normativo que ha sido implementado por el estado y que ha multiplicado el trabajo sobre la eliminación de las desigualdades en los medios tanto a través de la prevención como de la sanción. Sin embargo, el PMG nos recuerda que Argentina sigue representando en forma desigual a las personas desde un punto de vista de género y que, si bien hemos avanzado, queda aún mucho camino por recorrer.

- **Participación de Comunicación para la Igualdad en el presente GMMP**

El PMG es una herramienta central para la tarea que realizamos desde Comunicación para la Igualdad. Nuestra organización está enmarcada en el paradigma de los derechos humanos y el enfoque de derechos para el abordaje de las desigualdades en la comunicación. Desde este paradigma, en la Plataforma de Acción de Beijing quedó establecido que debía realizarse investigación e incidencia en dos líneas para el logro de la igualdad de género en los medios: la eliminación de las representaciones estereotipadas de género y la democratización de las estructuras laborales de las redacciones. El PMG justamente aporta cada 5 años material esencial, sensible y didáctico sobre cómo las mujeres aparecemos estereotipadas en los medios de comunicación: invisibilizadas en relación al real número de habitantes que somos del planeta; invisibilizadas también en relación al aporte que realizamos a las sociedades tanto en nuestra participación en la vida productiva como reproductiva; asociadas esencialmente a roles reproductivos; sobrerrepresentadas como víctimas. Esta representación sesgada no colabora en la construcción de imaginarios igualitarios y, por tanto, es reproductora de violencia simbólica. El PMG es una herramienta central de la que disponemos quienes analizamos los medios de comunicación para recordar, al mundo, cada 5 años, que la desigualdad de género es un problema estructural de nuestras sociedades y que los medios son parte del problema de esta falta de igualdad, aunque bien podrían ser parte de la solución.

## Resumen ejecutivo

- Las mujeres son centrales en las noticias en el 29% de los casos, una cifra igual a la reflejada en el estudio anterior. Por lo que no se observa ningún avance.
- En un sólo tópico se reflejó paridad, 47% y 53%, en el tratamiento de temas sobre Ciencia y Salud y el de menor igualdad con un porcentaje llamativamente alto, en Política y Gobierno donde sólo el 15% de las noticias de este tópico fueron centrales las mujeres.
- En los medios digitales y redes sociales, donde las noticias fueron analizadas por primera vez en nuestro país, el porcentaje de la presencia de las mujeres correspondiente a cada tópico no difiere de los medios tradicionales.
- En Argentina observamos que en el medio donde más mujeres se encontraron como centrales, fue en los diarios, siendo la televisión y la radio, respectivamente donde se puede encontrar un menor número de mujeres, con una alta diferencia de la presencia masculina.
- Tal como se aprecian en los resultados sobre los tópicos de las noticias y la presencia de hombres y mujeres, en las relacionadas con “Gobierno, político/a, ministro/a” sólo el 22% resultó estar ocupada por una mujer y el 39% por hombres.
- Las mujeres siguen siendo más convocadas para hablar desde un lugar de desconocimiento, tal es la percepción al analizar que las vemos como opinadoras, testigas o desde la experiencia personal.
- En el 25% de las noticias donde una mujer aparece, necesariamente la encuadran en su rol familiar, notándose una clara diferencia con respecto al tratamiento que hacen de los hombres, 8%.
- Aparecen retratadas casi en el doble de los medios gráficos, respecto a los hombres
- Sólo son mujeres el 15% de las periodistas que firman sus notas en los diarios contra un 85% de hombres.
- Es notoria la presencia de periodistas mujeres que reportan noticias locales, 70% de las mismas, en detrimento de las nacionales e internacionales, 15% en cada caso.
- Dentro de las noticias que abordan las mujeres, crimen y violencia muestra el número más alto y economía el más bajo, sólo 10%.
- Sólo el 13% de las noticias por tema, tiene a las mujeres como centrales.
- Fueron abordadas con equidad sólo en el caso de Derechos Humanos de las mujeres, 37%.
- En la mayoría de las noticias se produce el reforzamiento de los estereotipos siendo en los temas relacionados con política, gobierno (87%), crimen y violencia (85%), celebridades (79%) y economía (77%), las notas con los porcentajes más altos de estereotipación.
- Los medios digitales reproducen y en algunos casos, profundizan los porcentajes sobre la presencia de las mujeres en las noticias. Con el agravante que no se registró ninguna mujer como periodista en ellos, ese día.

## UN DÍA EN LAS NOTICIAS -ARGENTINA

**25 de marzo de 2015**

- En este Monitoreo la noticia que prevalecía en la mayoría de los medios eran las repercusiones por un nuevo aniversario del golpe cívico militar del año 1976. Esta es una fecha muy importante en el país ya que es un Día de Memoria por la Verdad y la Justicia, no pasando desapercibido en prácticamente ningún lugar de la Argentina.

- Estas crónicas, junto al impacto de la identificación de dos ciudadanos argentinos víctimas de la tragedia del avión de Lufthansa estrellado en los Alpes, preponderaron en los titulares.

- La noticia se titula “La contaminación del aire causa ansiedad”; hace un relación directa entre dos factores tomando como referencia un estudio de la Universidad Johns Hopkins y de la Escuela de Salud Pública de Harvard que tuvo como muestra solamente a mujeres. No se explica por qué. Es tácita la relación entre mujeres y ansiedad-trastornos psiquiátricos. Se acompaña con una fotografía de una mujer atravesando una crisis nerviosa. Refuerza el estereotipo de la mujer como irracional:

<http://www.rosario3.com/noticias/La-contaminacion-del-aire-causa-ansiedad-20150325-0020.html>

## MONITOREO

### **Medios monitoreados:**

TV (4 canales): Telefé, Canal 10 de Mar del Plata, Canal 13 de Santa Fe y Canal 10 de Córdoba

Radios (5 emisoras): LU 22 Radio Tandil AM 1140, Cadena 3 de Córdoba, Radio La Voz de Paraná, 93.7 Radio Libertad de Misiones, Tiempo FM de Río Gallegos

Diarios (6 diarios regionales/ nacionales): El Día de la Plata, El Chubut, Clarín, Uno de Entre Ríos, El Diario de Paraná y La Mañana de Córdoba

Twitter (4 cuentas): @CronicaWeb, @Radio10, @ElTerritorio y @APFDigital

Internet (4 sitios de noticias): <http://www.corrienteshoy.com/> <http://www.rosario3.com/>, [www.infobae.com](http://www.infobae.com), [www.cba24n.com.ar](http://www.cba24n.com.ar)

### **Monitores/monitoras:**

Como ha sucedido en cada uno de los Monitoreos de WACC en Argentina, la decisión ha sido de federalizar el monitoreo, término que busca dar muestra de lo que sucede en distintos lugares de este país tan amplio geográficamente y tan diverso culturalmente.

Por eso nuevamente los medios se seleccionaron tomando como referencias ciudades o estados/provincias de algunas de las regiones en que se divide el país.

Seleccionamos un canal, un diario, una página digital, dos cuentas de Twitter de la ciudad Capital del país por la relevancia que tienen como medios de alcance y tirada nacional, marcando agenda de medios en muchos casos; el resto de medios pertenecen a la Patagonia, el Litoral, región Centro y provincia de Buenos Aires-el distrito más grande del país, siendo éstos medios reconocidos en cada zona, con reflejo de las realidades regionales y locales.

- El total de monitores/as en todo el territorio argentino fue de 32 personas. La tarea de las coordinadoras se realizó en combinación con la Red PAR- Periodistas Argentinas en Red por una Comunicación no Sexista- ya que tiene cobertura nacional y fueron estas/os periodistas la mayor parte del número de monitores/as.
- Con un total de más de 180 horas de trabajo, lo que hace un tiempo promedio de 6 horas por persona solo para el análisis, sin contar el tiempo de captura de la información.
- En TV unas 8 personas, con un tiempo total estimado de más de 30 horas
- En Radio 8 personas con un tiempo estimado total de 32 horas
- En Diarios unas 11 personas con un tiempo estimado total de 45 horas
- En Twitter, unas 7 personas con un tiempo estimado de trabajo de 35 horas
- En Internet trabajaron 8 personas, insumiendo un tiempo total de 40 horas

## TÓPICOS EN LAS NOTICIAS

●**Tópicos en las noticias:** La metodología del GMMP clasificó las notas periodísticas en siete áreas temáticas: Política/gobierno; economía; ciencia/salud; crimen/violencia; celebridades/artes/medios/deportes y niña-mujer Gráfica, Radio y Televisión.

Como se observa en el cuadro en un sólo tópico se reflejó paridad, 47% y 53%, en el tratamiento de temas sobre Ciencia y Salud y el de menor igualdad con un porcentaje llamativamente alto, en Política y Gobierno donde sólo el 15% de las noticias de este tópico fueron centrales las mujeres.

En éste análisis no hay un solo porcentaje donde las mujeres sean mayoría en las noticias de los medios monitoreados. Por lo que sólo representan un 29% como sujetas de las noticias, igual número registrado en el Monitoreo anterior, realizado hace 5 años.

	Gráfica, Radio, Televisión		
	Mujer	Hombre	
	%	%	Nºtotal
Política y Gobierno	15%	85%	97
Economía	25%	75%	24
Ciencia y Salud	47%	53%	17
Social y Legal	30%	70%	114
Crimen y Violencia	39%	61%	84
Celebridades, Artes y Medios, Deportes	30%	70%	47
Otros	100%	0%	2

Mujeres: 29%

- **Internet y Twitter**

En los medios digitales y redes sociales, donde las noticias fueron analizadas por primera vez en nuestro país, el porcentaje correspondiente a cada tópico no difiere de los medios tradicionales. Política y gobierno, economía, sociales y legales tienen los números de disparidad más importante. Mientras que ciencia y salud mantienen la paridad en relación a la presencia de las mujeres como figuras centrales. Un dato significativo es la baja presencia de mujeres, en estos medios, en las noticias sobre celebridades, deportes, estrés, entre otros.

Por lo que el número de mujeres en total, es 5 puntos menor al presente en la radio, televisión y radio.

	Mujer	Hombre	
	%	%	N
Política y gobierno	13%	88%	40
Economía	22%	78%	23
Ciencia y salud	44%	56%	9
Social y Legal	25%	75%	57
Crimen y violencia	32%	68%	47
Celebridades, deportes, artes, i	19%	81%	21
otros	20%	80%	5

Mujeres en total 24%

### ¿QUIEN FIGURA EN LAS NOTICIAS?

- En Argentina observamos que en el medio donde más mujeres se encontraron como centrales, fue en los diarios, siendo la televisión y la radio, respectivamente donde se puede encontrar un menor número de mujeres, con una alta diferencia de la presencia masculina.

	Gráfica	Radio	Televisión
	%	%	%
Mujer	32%	25%	28%
Hombre	68%	75%	72%
	100%	100%	100%

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

- **Fuentes de las noticias:** al parecer las mujeres sólo son fuentes de información en las noticias relacionadas con la región, ya que en el resto de los casos, no superan el 30 por ciento.

	Mujer	
	%	N
Local	30%	174
Nacional	27%	97
Sub-Regional	38%	29
Internacional	27%	85

### ¿Quiénes son los sujetos de la noticia?:

Tal como se aprecian en los resultados sobre los tópicos de las noticias y la presencia de hombres y mujeres, en las relacionadas con “Gobierno, político/a, ministro/a” sólo el 22% resultó estar ocupada por una mujer y el 39% por hombres.

En el resto de los casos, las mujeres son reflejadas según su puesto/ocupación de la siguiente forma:

-Académicas	40%
-Doctoras	50%
-Salud	50%
-Activista o trabajadora de ONG	52%
-Oficinista	50%
-Ama de casa	75%
-Jóvenes	75%
-Vecina	64%

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

Las mujeres siguen siendo más convocadas para hablar desde un lugar de desconocimiento, tal es la percepción al analizar que las vemos como opinadoras, testigas o desde una experiencia personal. Estos casos son los que reflejan a las personas cuando son interceptadas en la calle o por algún evento aislado. Sin embargo, cuando se requiere a alguien profesional, representante de organizaciones o como central en la noticia, los números reflejan una clara disminución en contar con la voz femenina para cualquiera de los casos mencionados.

	Mujer	
	%	N
No sabe	43%	21
Sujeta/o	23%	181
Vocera/o	26%	82
Experto o comentar/a	32%	44
Experiencia Personal	42%	33
Testigo	53%	15
Opinión Popular	57%	7
Otro	50%	2

### Construyendo "víctimas" en las noticias:

Como lo mencionamos más arriba, el Monitoreo estuvo atravesado por el acto del Día de la Memoria, Verdad y Justicia, por tal razón se observa que el mayor número de mujeres no se encuentra en ninguno de los tópicos establecidos, ya que se las señala como víctimas de la dictadura cívico militar, en mayor medida.

Es importante señalar, que en el resto de los casos el mayor número de mujeres representadas como víctimas se relacionó con el accidente del avión, y en menor medida, delitos no domésticos como robos o guerra y terrorismo.

En el caso de los hombres se repite el mismo patrón.

	Mujer		Hombre	
	%	N	%	N
No aplica	51%	24	62%	44
accidente, desastre natural, pobreza	17%	8	14%	10
violencia doméstica, violación, secuestro	6%	3	4%	3
violencia sexual	4%	2	0%	0
víctima de otro delito no doméstico, robos, etc	9%	4	8%	6
basada en religion, tradiciones	2%	1	0%	0
guerra, terrorismo	9%	4	7%	5
basada en discriminación de género, raza, etn	0%	0	0%	0
Otra víctima	0%	0	3%	2
No sabe/sin definir	2%	1	1%	1
	100%		100%	

### Representación como "sobrevivientes" en las noticias:

También aquí podemos ver una cantidad importante relacionada con la supervivencia de hechos no vinculados a los tópicos analizados.

	Mujer	Hombre
	%	%
no aplica	80%	86%
Sobreviviente de accidente, desastre natural, pobreza	2%	1%
Sobreviviente de violencia doméstica, violación, asesinato	2%	4%
Sobreviviente de violación, asalto (violencia sexual solamente no doméstica)	4%	0%
Crímenes no domésticos, robos	2%	3%
Violación basada en religión, tradición	0%	0%
Sobreviviente de guerra, terrorismo, violencia estatal	7%	4%
Sobreviviente de discriminación basada en género, raza, etnica, edad, religión, etc	0%	0%
otro sobreviviente	0%	0%
No sabe/no puede definir	2%	1%
	100%	100%

### Identidad y relación familiar en las noticias:

En muchas ocasiones hemos analizado el énfasis por enmarcar a las mujeres presentes en las noticias dentro de su relación familiar. Vemos que en los resultados actuales esa representación a disminuido pero no tanto como en el caso de los hombres.

En el 25% de las noticias donde una mujer aparece, necesariamente la encuadran en su rol familiar, notándose una clara diferencia con respecto al tratamiento que hacen de los hombres, 8%.

	Mujer	Hombre
	%	%
Si	25%	8%
No	75%	92%
	100%	100%

### Imágenes en las noticias:

Tal como se refleja la relación familiar en el modo de encuadrar a una mujer en las noticias, la fotografía también resulta una variable notoria. Es por eso que aparecen retratadas casi en el doble de los medios gráficos, respecto a los hombres.

	Mujer	Hombre
	%	%
Si	23%	14%
No	75%	85%
No sabe	2%	1%

## PERIODISTAS

### En general presentadores:

En el último Monitoreo, habíamos observado la paridad en la firma de las notas gráficas. Sin embargo, 5 años después, el menor porcentaje de presencia de mujeres como periodistas se observa en éste tipo de medios: sólo el 15% de las periodistas firman sus notas contra un 85% de hombres.

**En ningún medio se logró alcanzar la paridad**, observándose una disminución de mujeres presentadoras en la televisión (42% en 2010) y en radio un leve aumento de 4 puntos en relación al análisis anterior (31% en radio en 2010).

Prensa				Radio				Televisión			
Mujer		Hombre		Mujer		Hombre		Mujer		Hombre	
%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N
15%	2	85%	11	35%	44	65%	80	35%	51	65%	95

### Edad de los/las presentadores y reporteros/reporteras:

Otro rasgo singular es la diferencia de las edades de periodistas que trabajan frente al micrófono en la televisión.

La mayor presencia de mujeres en el estudio se encuentra entre el rango de edad que va de los 19 a los 49 años, mientras que en exteriores el mayor porcentaje, 61%, se da entre los 35 a 49.

En el caso de los hombres el mayor rango etario se da a partir de los 35 años, estirándose a los 64, algo similar a lo que ocurre con quienes realizan exteriores.

	en estudio		Reportero/a fuera del estudio	
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
	%	%	%	%
Desconocido/a	0%	0%	11%	22%
12 o menor	0%	0%	6%	0%
13-18	0%	0%	0%	0%
19-34	46%	4%	11%	0%
35-49	50%	88%	61%	57%
50-64	4%	8%	11%	22%
65 años o más	0%	0%	0%	0%
	100%	100%	100%	100%

### Reporteras/reporteros, por alcance:

Es notoria la presencia de periodistas mujeres que reportan noticias locales, 70% de las mismas, en detrimento de las nacionales e internacionales, 15% en cada caso. Sin embargo, el alcance de las noticias para los hombres está más dividido. El análisis se realiza del total de las noticias abordadas según cada género.

Por lo que del total de las noticias reportadas, sólo el 27% de las mismas según su alcance, son realizadas por el género femenino.

	Mujer		Hombre	
	%	N	%	N
Local	70%	14	40%	22
Nacional	15%	3	24%	13
Sub-Regional	0%	0	11%	6
Internacional	15%	3	25%	14
	100%		100%	

Mujeres 27%

### Reporteras/reporteros, por tema principal.

Quienes reportan las noticias también suelen tener un sesgo de desigualdad. Como se observa en el cuadro salvo en los casos de ciencia y salud y celebridades, deportes y artes, la cantidad de noticias reportadas por hombres es mayor. Dentro de las noticias que abordan las mujeres, crimen y violencia muestra el número más alto y economía el más bajo, sólo 10%.

	Mujer		Hombre	
	%	N	%	N
Política y gobierno	20%	4	20%	11
Economía	10%	2	9%	5
Ciencia y Salud	15%	3	5%	3
Social y Legal	15%	3	31%	17
Crimen y violencia	25%	5	29%	16
Celebridades, artes y deportes	15%	3	5%	3
otros	0%	0	0%	0

## GÉNERO Y NOTICIAS

### Centralidad de las mujeres en las noticias:

En el reporte del 2015 no encontramos ningún tema que encuentre a las mujeres como centrales en las noticias. En cada tópico analizado, los hombres son mayoría, observándose una disparidad enorme en los temas de Política y Gobierno donde las mujeres parecen estar ausentes de la escena, siguiéndole la Economía con 96% de presencia masculina.

Sólo se observa un porcentaje mayor en el caso de las noticias vinculadas a crimen y violencia 27%, por lo que al parecer somos noticias estando muertas o sufriendo algún tipo de violencia.

El resultado total demuestra que sólo el 13% de las noticias por tema, tiene a las mujeres como centrales.

	Sí	No
	%	%
política y gobierno	0%	100%
Economía	4%	96%
Ciencia y Salud	21%	79%
Social y Legal	11%	89%
Crimen y violencia	27%	73%
Celebridades, artes y deportes	21%	79%
otro	0%	100%

**Total de Mujeres 13%**

### Notas que destacan temas de equidad de género o desigualdad

Uno de los puntos que se analiza y que puede mostrar cierta movilidad en el caso de cómo las noticias son tratadas, es si destacan equidad o desigualdad. En el contexto en el que fue analizado, observamos que sólo en el caso de Derechos Humanos de las mujeres fueron abordadas con equidad, 37%. Por lo que el resto de las temáticas presentaron abordajes muy bajos, entre un 5 y 10 % o directamente no hubo tal abordaje.

Respecto a la inequidad en la forma de tratar las noticias, los temas relacionados a desastres, accidentes, hambre, accidentes de avión inundaciones, resultó el de mayor porcentaje 19%

Con equidad		
	%	N
paz, negociaciones, tratados	5%	2
Otros temas laborales, sindicat	5%	2
Ciencia, tecnología, investigac	2%	1
Medicina, salud, higiene, segu	5%	2
Otras epidemias	10%	4
Derechos humanos, de las mu	37%	15

Inequidad		
	%	N
política internacional, Naciones	4%	7
Política económica, estrategias	3%	5
Otros temas laborales, sindicat	5%	8
Desastres, accidentes, hambre,	19%	32
Crímenes violentos, asesinatos,	5%	9

### ¿Cuestionan o refuerzan estereotipos?

Se viene trabajando mucho en el país sobre la cómo se construyen estereotipos y cómo se enmarcan en los casos de violencia mediática, según la legislación vigente. Es lamentable observar que **en la mayoría de las noticias se produce el reforzamiento de los estereotipos siendo en los temas relacionados con política, gobierno (87%), crimen y violencia (85%), celebridades (79%) y economía (77%), las notas con los porcentajes más altos de estereotipación.**

	Acuerdo	Desacuerdo	Ni acuerdo ni desacuerdo	No sabe
	%	%	%	%
Política y Gobierno	0%	87%	13%	0%
Economía	0%	77%	19%	4%
Ciencia y salud	7%	36%	21%	36%
Social y Legal	4%	69%	26%	1%
Crimen y violencia	3%	85%	12%	0%
Celebridad, arte y m	0%	79%	21%	0%
Otros	0%	0%	100%	0%

### ¿El sexo de reporteros/as hace una diferencia para las dimensiones de género de un reportaje?

Por las cifras analizadas, el sexo del reportero no representa una diferencia al momento de decidir quién será su fuente en las noticias.

Sexo del reportero/ra	Mujer	Hombre
	%	%
Mujer	21%	79%
Hombre	24%	76%
Otros (transgénero, etc.)	50%	50%
No sabe	60%	40%

No hay diferencia entre la proporción de las notas reportadas por las mujeres que tienen sus congéneres como foco central y las reportadas por los hombres.

	Mujer	Hombre
	%	%
Sí	0%	11%
No	100%	89%
	100%	100%

**¿Hay una diferencia entre la proporción de las notas reportadas por las mujeres que plantean cuestiones de igualdad o desigualdad y las reportadas por los hombres?**

El enfoque donde se cuestiona la desigualdad por parte de mujeres periodistas se revela en los temas de epidemias. En el caso de los colegas hombres se trata de noticias relacionadas con movimiento de mujeres, activismo, etc. Pero en el tratamiento de los temas relacionados con violencia de género hay una desigualdad mayor por parte de ellos en el abordaje. Siendo las cuestiones sobre políticas las que encuentran el número más alto de falta de tratamiento igualitario en ambos casos.

	Mujer			Hombre		
	si	No		si	No	
Otras asuntos políticos domésticos, gobierno	0%	100%	3	0%	100%	4
Otras epidemias, virus, contagios, Influenza, BSE, SARS	50%	50%	2	0%	0%	0
Movimientos de mujeres, activismo, demostraciones, etc	0%	0%	0	50%	50%	2
Violencia de género basada en cultura, familia, relaciones interpersonales, feminicidios, violación, ataque sexual, tráfico	0%	0%	0	20%	80%	5

**¿Hay una diferencia entre la proporción de las notas reportadas por las mujeres que cuestionan claramente los estereotipos de género y las reportadas por los hombres?**

	Acuerdo	Desacuerdo	Ni acuerdo ni desacuerdo	No sabe	N
	%	%	%	%	
Política y Gobierno	0%	87%	13%	0%	39
Economía	0%	77%	19%	4%	26
Ciencia y salud	7%	36%	21%	36%	14
Social y Legal	4%	69%	26%	1%	70
Crimen y violencia	3%	85%	12%	0%	33
Celebridad, arte y medios y deportes	0%	79%	21%	0%	29
Otros	0%	0%	100%	0%	2

Ninguna temática cuestionó diferencialmente los estereotipos de género.

## TENDENCIAS EN LA PRESENTACIÓN DEL GÉNERO EN LAS NOTICIAS EN INTERNET Y EN TWITTER

### Reseña: El mundo de noticias digitales

- Internet – Temas principales

Social y legal 27%  
 Política y gobierno 20%  
 Crimen y violencia 15%  
 Celebridades, arte, deportes y medios 15%  
 Ciencia y Salud 12%  
 Economía 10%

- Internet – Proporción de reportajes compartidos en Twitter y en Facebook

P

Política y gobierno 35%  
 Social y legal 23%  
 Ciencia y Salud 15%  
 Economía 12%  
 Crimen y violencia 8%  
 Celebridades, arte, deportes y medios 8%

- Twitter -

Tweet original: todas las noticias twiteadas eran originales.

## Sujetos noticiosos en el mundo digital

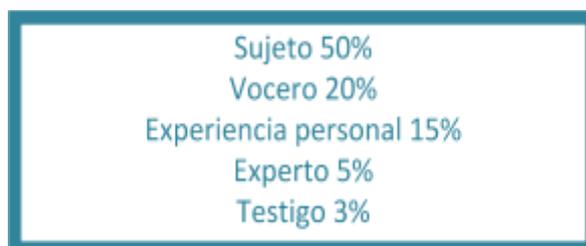
### ●Internet – Presencia general de las mujeres

Política y gobierno:	19% mujeres/ 81% Hombres
Economía	29 % mujeres/ 71% Hombres
Ciencia y salud	67% mujeres/ 33% Hombres
Social y legal	20% Mujeres/ 80% Hombres
Crimen y violencia	33% mujeres/ 67 %Hombres
Celebridades, deportes, artes y medios	8% mujeres/ 92% Hombres

### ●Twitter - Presencia general de las mujeres



### ●Internet - Funciones de los sujetos de noticias



### ●Internet –

	Mujer	Hombre	Otro (transgene ro, etc)	No sabe
	%	%	%	%
Sí	50%	50%	0%	0%
No	21%	79%	0%	0%

Se identifica de igual manera por sus status familiar a mujeres y hombres.

- Internet – Edad de sujetos de noticias

	Mujer	Hombre	Otor (transgénero, etc.)	No sabe
	%	%	%	%
<b>No sabe</b>	21%	79%	0%	0%
12 y menos	100%	0%	0%	0%
13-18	0%	0%	0%	0%
19-34	30%	70%	0%	0%
35-49	14%	86%	0%	0%
50-64	27%	73%	0%	0%
65 o más	67%	33%	0%	0%

- Internet – Sujetos de noticias que son directamente mencionados

**Los hombres son mayormente mencionados en un 67% mientras que las mujeres sólo el 33% de los casos, cuando se trata de sujetos/as de las noticias.**

### Periodistas en espacios digitales

- Internet - Mujeres periodistas en los reportajes principales

⇒ **No hay mujeres periodistas en las principales noticias reportadas ese día**

- Twitter – Mujeres periodistas

⇒ **No hubo mujeres twiteando ese día**

### Género en las noticias digitales

- Internet - Referencia a la igualdad de género/políticas de derechos humanos

⇒ **Sólo apareció referencia en temas como “Crimen y violencia” y “Social y legal”, en el resto no se hace mención.**

- Internet - Reportajes donde se plantean cuestiones de igualdad/desigualdad de género por tema

⇒ **En temas vinculados a Derechos humanos de las mujeres, el 50% hizo un abordaje desde la igualdad de género. Lo mismo en los casos de violencia de género basada en cuestiones culturales, familia, relaciones interpersonales, el 50% de los abordajes.**

- Internet - Reportajes donde los estereotipos son claramente desafiados

⇒ **Otros temas de política interna y gobierno, el 50% desafía claramente los estereotipos.**

- Internet - Reportajes con mujeres como foco central

⇒ **Mujeres políticas 17%, violencia de género basada en cuestiones culturales, familia, relaciones interpersonales 17%.**

⇒ **El 8% ocupó en: otros temas de política interna y gobiernos, y política internacional, Naciones Unidas, medicina y salud, otras epidemias, derechos humanos, de las mujeres, de otras minorías.**

- Twitter – Centralidad de las mujeres

**- 9 Mujeres, 68 Hombres**

- Twitter - Desafiar estereotipos

⇒ **Ninguna desafió los estereotipos**

- Twitter- Imágenes

⇒ **Aparecen fotografiadas: 3 mujeres de 19 y 3 hombres de 62, en comparación las mujeres están más veces fotografiadas.**

### **Resumen de los resultados**

En general, encontramos que los resultados no difieren de los medios tradicionales y más aún, en algunos casos se encuentran en una peor situación ya que hay menor presencia de mujeres como centrales en las noticias, baja representación en las noticias reportadas y nula presencia de mujeres periodistas en los medios digitales. Solo podemos marcar el 67% de presencia de mujeres en Ciencia y Salud en noticias en la Red, como la excepción a los bajos índices generales.

Nombre del diario: LA MAÑANA, de Córdoba

LA MAÑANA DE CÓRDOBA Jueves 26 de marzo de 2015 21

---

**POLICIALES** **JUICIO A LOS FEDERALES**

En el TOF2 continúa el juicio contra 6 exmiembros de la Policía Federal, acusados de extorsionar a comerciantes a cambio de protección.

---

**MISTERIO EN EL CERRO DE LA CRUZ**

## Con Lazzaroni libre, cuestionado fiscal rearma el rompecabezas

Ayer el exmarido de Andrea Belén Castana recuperó su libertad. A dos semanas del macabro episodio, el caso busca una nueva línea.

**MARTÍN PEDONI**  
mpedoni@lmcordoba.com.ar



**Caso Sánchez**  
El fotógrafo Hernán Sánchez habría muerto de una herida de arma blanca en la zona abdominal. Así surgió del informe preliminar de la autopsia realizada por el cuerpo forense, con lo que quedaría descartado la teoría del suicidio. La noticia se conoció ayer al mediodía y fue el primer impacto negativo que recibió el fiscal Mazzuchini.

**En la mira**  
El fiscal Ricardo Mazzuchini mantuvo un silencio hermético desde el día de las detenciones. ¿Mal "asesorado" por sus investigadores? ¿Presionado por el reclamo social? Cuestionado y con un pedido de jury en su contra, ahora deberá avanzar en otras líneas de pesquisas. Cabe recordar que el Fiscal General de la Provincia, Alejandro Moyano, había salido a respaldar el trabajo.

«Confío en la Justicia».  
Eso fueron las palabras de Juan Manuel Lazzaroni, hasta anoche detenido como el principal sospechoso de su exesposa, Andrea Belén Castana, la mujer de 35 años hallada sin vida hace trece días atrás en el Cerro de La Cruz en Villa Carlos Paz.

Como lo adelantó LA MAÑANA el pasado lunes, la contundencia de las pruebas aportadas por la defensa de Lazzaroni hizo caer la fisurada investigación del fiscal de Instrucción, Ricardo Mazzuchini, que ya inició una nueva pesquisa.

Una veintena de testigos y al menos dos cámaras de seguridad avalaron que el exmarido de Castana, ese miércoles 11 en horas de la siesta, se encontraba en un punto distante donde ocurrió el brutal ataque.

Esa tarde Lazzaroni había recibido un llamado, alrededor de las 6 de la tarde, de la escuela de los hijos en común con Andrea Belén, ya que ella no había ido a retirarlos. Luego la buscó por distintos sectores, hasta que finalmente se encontró con él en un punto cercano a la casa.

Lazzaroni junto a su abogado Gramática al recuperar su libertad.

**Prueba relevante**

Una veintena de testigos y al menos dos cámaras de seguridad avalaron que el exmarido de Castana, ese miércoles 11 en horas de la siesta, se encontraba en un punto distante donde ocurrió el brutal ataque.

Esa tarde Lazzaroni había recibido un llamado, alrededor de las 6 de la tarde, de la escuela de los hijos en común con Andrea Belén, ya que ella no había ido a retirarlos. Luego la buscó por distintos sectores, hasta que finalmente se encontró con él en un punto cercano a la casa.

«Fue un crimen pasional», dijo el

emoción y la bronca contenida en estos doce días que estuvo preso.

**¿Y ahora?**

Con la causa de la muerte de Andrea Belén Castana sin presos, la semana pasada habían sido liberados Fernando Villa y Diego Luján, acusados del supuesto encubrimiento (otras detenciones polémicas), los investigadores deberán centrarse en la búsqueda de un nuevo sospechoso.

En los últimos días, la referencia a un muchacho que habría estado pernoctando en el lugar donde ocurrió el crimen, no deja el espacio para hablar de los riesgos que una mujer puede sufrir en distintos espacios por la violencia machista, cosa que un hombre no debe temer.

También el faltante de algunas pertenencias de la mujer, entre ellas el teléfono celular, son otras de las aristas que alimentan el misterio desatado a partir del hallazgo del cuerpo sin vida en la tarde del pasado viernes 13.

Además, la novedad sobre el hisopado vaginal positivo, adelantado por este diario en su edición del lunes, abonaría la posibilidad de hallar un patrón genético del supuesto agresor. También habría indicios de ADN debajo de las uñas.

1. **Titulares.** Es relevante cómo se realiza la nota

2. **Fuentes.** Las fuentes son oficiales, policiales y judiciales. No distingue géneros

3. **Lenguaje.** No se usa un lenguaje abiertamente sexista- La noticia no usa vocablos que lucen como neutrales o inclusivas —habla de “hijos” sin distinguir género. Cita una frase del Gobernador del Estado que dice “fue un crimen pasional”. Nunca habla de violencia; es más, deja abierta la posibilidad de que fuera un móvil de robo, aunque luego cita el hisopado vaginal. Aunque habla de “un muchacho que habría estado pernoctando en el lugar donde ocurrió el crimen”, no deja el espacio para hablar de los riesgos que una mujer puede sufrir en distintos espacios por la violencia machista, cosa que un hombre no debe temer.



**4. Imágenes visuales.** Las imágenes muestran al acusado y al fiscal rodeado de funcionarios varones. No hay imágenes del lugar del hecho.

**5. Ángulo de la noticia y perspectiva. Titulares.** La noticia refleja solamente la situación del hasta ahora único detenido y la situación en la que queda el fiscal, cuestionado por su accionar. No se aprovecha la noticia para extender las modalidades de violencia que sufren las mujeres y que en la mayor parte de los casos está en manos de sus parejas, ex parejas, etc. Por lo que habitualmente los fiscales van a ellos como primeros investigados.

**Lugar que ocupa, posición.** La noticia está ubicada en Policiales, página 21, rodeada de otras notas de delitos como robos, vuelcos y asesinatos, Nuevamente queda reducida a un caso policial y no la problemática social que implica una muerte violenta de una mujer en una pequeña ciudad del interior del país.

### Oportunidad perdida/sin perspectiva de género

La Casa del Encuentro a través del Observatorio de Femicidios en Argentina, "Adriana Zambrano", informó que en el periodo 1º de Enero al 31 de Diciembre de 2015 se registraron:

286 Femicidios y Femicidios "Vinculados" de mujeres y niñas.

43 Femicidios "Vinculados" de hombres y niños.

En 8 años 2094 mujeres perdieron la vida, asesinadas.

- Pensamos en la enorme responsabilidad que tenemos desde el periodismo en cada nota sobre violencia de género. Mientras se investiga un caso a veces es difícil catalogarlo, pero las condiciones en casos como éste, con visos de ataque sexual,

debería darnos la oportunidad de no tratar los casos de violencia de género y los femicidios como hechos aislados o privados, sino como un problema social de interés público. Se limitan a denominar como "crimen" las muertes de mujeres, insisten en que se definan estas agresiones de forma similar a cualquier otro tipo de muerte violenta, y así están colocadas en las secciones del diario.

- Casos como este permitiría en el mismo espacio difundir los contenidos y alcances de la Ley 26.485 de protección integral contra toda forma de violencia hacia la mujer, para promover su conocimiento y apropiación por parte de la ciudadanía. Pero como en ningún momento se lo enmarca en "violencia de género", no se detiene ni explora en ningún concepto de la misma.
- Como recomienda el Instituto Nacional contra la Discriminación, Xenofobia y el Racismo (INADI) cuando se informa sobre incidentes de violencia contra las mujeres, hay que atender a las necesidades de las víctimas y sus familiares; brindar información de servicios para víctimas (judiciales, terapéuticas, de especialistas); preservar la identidad de la víctima cuando esta se convierte en sujeto informativo.
- De igual modo, recomiendan, respetar la presunción de inocencia de los agresores mientras no exista una sentencia condenatoria que permita identificarlos; no hacer foco en la identidad del agresor (o supuesto agresor) sino en el rol, el tipo de agresión, la modalidad específica y aquellos aspectos que ayuden a tomar conciencia del alcance social del problema y a generar conductas preventivas. Esto no pasa en la nota analizada.

Desde la Red PAR –Periodistas de Argentina en Red por una Comunicación no Sexista- se elaboraron una serie de pautas básicas que fueron plasmadas en el [Decálogo para informar sobre la violencia hacia las mujeres](#)

En 2012 desde FM de la Azotea de Mar del Plata se realizó un "Manual hacia un periodismo con conciencia de género", apoyado por WACC global, donde también se realizan aportes para el tratamiento de las noticias relacionadas con temas que afectan la vida de las mujeres.

La Asociación Mundial por la Comunicación Cristiana (WACC) y la Federación Internacional de Periodistas (FIP), publicaron una herramienta para promover el [periodismo ético](#), fomentando una descripción justa de género en los medios de comunicación y en la profesión periodística: [Herramientas de aprendizaje para un periodismo de género-ético y políticas en las empresas editoriales](#)

Las herramientas surgen de la práctica de profesionales de la información, de educadores/as e investigadores/as de la comunicación, de África, Asia, el Caribe, Europa, América Latina, Norteamérica y el Pacífico. Las coordinadoras nacionales de este Monitoreo forman parte del grupo de expertas en ese Manual.

También la Defensoría del Público de Servicio de Comunicación Audiovisual se produjo en el año 2014, a partir de la convocatoria de organizaciones sociales, un *Decálogo de sugerencias para el tratamiento de la violencia contra las mujeres en la radio y en la televisión para repensar la práctica cotidiana desde un enfoque de derechos*. El mismo puede consultarse en: <http://www.defensadelpublico.gob.ar/es/tratamiento-responsable-violencia-contra-mujeres>

## RESUMEN Y CONCLUSIONES

Lamentablemente los resultados argentinos no traen buenas noticias. No hemos avanzado en la representación y en la presencia de mujeres en los medios, al contrario, estamos estancadas en un 29% y no hay mejoras en el tratamiento de estereotipos. En temas de Política y Gobierno, por ejemplo, el 87% de las notas marcan estereotipos contra el 79% del GMMP anterior. Nuevamente no se encuentran diferencias sustanciales en el tratamiento de las noticias por mujeres o varones ni que ellas desafían los estereotipos.

Observamos, como marcamos, el menor porcentaje respecto a 2010, de presencia de mujeres como periodistas en medios gráficos: sólo el 15% de las periodistas firman sus notas contra un 85% de hombres.

En ningún medio se logró alcanzar la paridad, observándose una disminución de mujeres presentadoras en la televisión y, en radio, un leve aumento de 4 puntos en relación al análisis anterior.

La posibilidad de monitorear Internet también ha reforzado el diagnóstico de una sociedad con una escasa presencia de mujeres como sujetas de noticias. En éste caso se profundiza aún más ya que siendo un medio “nuevo” supondría un mejor tratamiento debido a que hay más herramientas desarrolladas para hacer un abordaje con perspectiva de género de las noticias. Sin embargo, en algunos casos, se profundiza la distancia entre mujeres y varones presentes en los medios de comunicación, sea como sujetos/as o como periodistas.

Los hallazgos de Argentina en el GMMP 2015 ratifican que, a pesar de la intensa y constante lucha del movimiento de mujeres, permanecen en la sociedad los estereotipos de género, la violencia mediática y la escasa presencia de la mujer como sujeta de noticias. Podemos afirmar que a través del trabajo de sectores estatales y particulares, se han identificado y acompañado procesos de visibilización de la violencia mediática y los estereotipos- acompañadas por dos leyes cruciales: la Ley 26485 Contra toda forma de violencia hacia las mujeres y la 26522- Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Es importante destacar que en el Informe del Monitoreo de 2010 proponíamos que la Defensoría del Público incluyera un equipo especializado o asesoras/es de género y comunicación y esto sucedió en el 2014 cuando se determinó como el Año de lucha contra la violencia mediática hacia las mujeres y la discriminación de género en los medios audiovisuales. El organismo continúa con la tarea de sensibilizar y formar con perspectiva de género tanto a profesionales de la comunicación, como a la audiencia. Por lo que lo destacamos como algo singular que desde el Estado se promueva esta visión.

Lamentablemente, a pesar de ser la ley 26522 un trabajo mancomunado de amplios sectores sociales de todo el país, el gobierno asumido el 10 de diciembre de 2015, ha dejado sin efecto gran parte de la misma. En ella, la representación de género, central en el análisis que nos convoca, parece no ser un tema prioritario.

En julio, el Comité de Derechos Humanos de la ONU difundió sus observaciones finales sobre el cumplimiento del Estado argentino del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, que tiene rango constitucional en el país. En ellas, expresa preocupación por las

reformas a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual que favorecen la concentración de medios. De acuerdo con el Comité, el Estado debe “revisar las recientes reformas en el servicio de comunicaciones audiovisuales... que podrían tener el efecto de concentrar la titularidad de los medios de comunicación y afectar negativamente el derecho a la libertad de expresión”. Además, el documento exigió la adopción de medidas para impedir esa concentración.

Nosotras unimos nuestra preocupación, siendo conscientes que la concentración de medios atentan contra la libertad de expresión, contra la aplicación de normas de ética periodística que rompan estereotipos y se animen a salir de los roles estipulados y preservados por los grandes conglomerados de medios, siempre atados a capitales de raíces patriarcales.

También vemos en el GMMP 2015 que el área de Política y Gobierno sigue siendo donde más se preservan y perpetúan los estereotipos. Hemos visto con preocupación en los primeros meses de la nueva gestión, el regreso de “modelos de mujer” para la vida privada y pública, muy alejados de lo que hemos trabajado desde la justicia de género; modelos que reducen la presencia de la mujer en las noticias, a elementos decorativos, a la gestación y la maternidad como destino, a la sumisión desde falsos discursos de empoderamiento.

Además resulta preocupante en cuanto a que los resultados arrojados dejan claramente a las mujeres en un lugar de subordinación en cuanto a la expresión de su propia voz y visión del mundo, afectando la libertad de expresión.

Un capítulo aparte merecen las diversidades de género, que si bien están presentes a la hora de hacer el análisis, prácticamente no lo están en los medios de comunicación monitoreados por lo que no hay cifras que las representen. En nuestro país se aprobó la Ley de Identidad de género en junio de 2011 que estipula el derecho de las personas a ser llamadas por su género autopercebido.

Creemos que los medios son constructores de realidades y subjetividades y es desde allí que remarcamos la importancia de construir contenidos periodísticos desde la pluralidad, diversidad de voces y visiones del mundo. Sin estos elementos, el objetivo de tener un mundo más justo será difícil de alcanzar.

## ACCIONES EN LA ERA POST-2015: Un plan quinquenal

### Desde el Estado:

- ❑ Respetar el marco normativo vigente en cuanto a la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y la representación de género, en articulación con la violencia mediática, explicitada en la ley 26485 y la Ley de Identidad de Género 26743. En caso de discutir una nueva legislación, incluir nuevamente el artículo 3 m y 70 de la actual ley.
- ❑ Fortalecer el trabajo territorial y con los medios de comunicación de la Defensoría del Público en relación a las representaciones de géneros.
- ❑ Crear Direcciones que definan políticas públicas de comunicación en ámbitos públicos de los medios de comunicación, como RTA (Radio y Televisión Argentina) y desde los organismos de control.
- ❑ Distribución de decálogos existentes 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/as y productores/as de radio, tv y medios digitales en género y 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 y las periodistas.
- ❑ Producir material que explique los riesgos de mantener los estereotipos y cómo influyen en la vida de las mujeres, que se mantengan.
- ❑ Fortalecer y acompañar a las redes de periodistas.
- ❑ Ampliar las áreas temáticas desde donde se analiza e informa con perspectiva de género

### 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.
- ❑ Visibilizar a las mujeres investigadoras que aborden diferentes temáticas para mejorar la presencia de la voz de las mujeres en los medios.

### Desde las Organizaciones Basadas en la Fe

Aunque es común encontrar cierto ánimo adverso hacia las expresiones religiosas cuando se trata de temáticas de género, recordando que en muchos casos en el país ayudaron a establecer principios de discriminación, perpetuaron injusticias y sostuvieron estructuras políticas conservadoras. También no es menos cierto que son actoras privilegiadas de las realidades de las comunidades de base en todo el país, y que sus espacios son formadoras de opiniones, de acciones barriales, de salud y educación.

Esto lo han entendido a nivel global, y no hace mucho tiempo, se han unido a las organizaciones internacionales que trabajan la temática de género, las Organizaciones Basadas en la Fe (OBFs) como interlocutoras válidas en los Objetivos de Desarrollo Sustentable, justamente debido al rol central que pueden jugar en la promoción de los derechos reproductivos y la igualdad de género.

En Argentina, algunas OBFs participan en la “Alianza Interreligiosa Latinoamericana y Caribeña para el Desarrollo Sostenible” que busca contribuir a poner fin a la pobreza extrema y a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sustentable 2015-2030.

Consideramos que en el país pueden ser socias claves para el empoderamiento de las mujeres, a través del fortalecimiento de sus capacidades, la promoción de iniciativas que les brinden autonomía, la producción de herramientas prácticas con fuerte base teórica para la prevención y el acompañamiento de mujeres que sufren violencia de género, la visibilización de sus problemáticas y la denuncia de los casos de violencia y abusos, así como el trabajo con sus líderes para cambiar las concepciones sexistas.

## Anexo 1. Metodología

A cada país participante se le asignó un número específico de diarios, así como radio, noticieros y telenoticieros, noticias en línea y mensajes de Twitter 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. Los equipos nacionales podrían optar por el monitoreo de noticias en línea y en Twitter basado en su conocimiento sobre la importancia de estos canales de noticias para presentar las noticias al público local.

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. Media Monitoring Africa (MMA) en África del Sur fue responsable para la gestión y el procesamiento de los datos.

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 2015*.

## Anexo 2. Lista de monitoras y monitores

**Coordinadoras nacionales:** Claudia Florentin y Marcela Gabioud

Paula Rey y Nani Ferrari (ELA); Sonia Santoro, Carolina Balderrama, Celeste Farbman, Alejandra Benaglia, Gisela Grunin, Bárbara Duhau y Francisco Delfino -CABA

Carolina González-Corrientes

Soledad Ceballos, Pate Palero, Soledad Quadri- Córdoba

Jorgelina Turdo, Vanina Nielsen, Lucía Gorricho, La Azotea -Mar del Plata

Andrea Rossetti-Tandil

Tamara Sander, Viviana Lazarte y Romina Berhens-Patagonia

Gabriela Barcaglioni-La Plata

Diego Bogarin-Misiones

Foro de Género y Sexualidades, Entre Ríos: Marianela Rene Weiss – Mariano Chialva – Florencia Romero –Erika Vidal –María Fernanda Spessot - Valeria Warinet- Rocío Alejandra Fernández – María Andrea Casco –Soledad Henares



# GMMP 2015

# ARGENTINA



## COORDINACIÓN NACIONAL: Claudia Florentin y Marcela Gabioud

*En asociación con Comunicación para la Igualdad y Red PAR-Periodistas de Argentina en Red para una Comunicación No Sexista- Con la colaboración de Defensoría del Público de SCA*



### **Contacto Local**

Marcela Gabioud: [mgabioud@gmail.com](mailto:mgabioud@gmail.com)

Claudia Florentin: [clauflorentin@gmail.com](mailto:clauflorentin@gmail.com)

### **WACC**

308 Main Street

Toronto

ON M4C 4X7

Canadá

**Tel:** +1 416 691 1999

**Fax:** +1 416 691 1997

[gmmp@waccglobal.org](mailto:gmmp@waccglobal.org); [www.whomakesthenews.org](http://www.whomakesthenews.org)

[www.waccglobal.org](http://www.waccglobal.org)