

**¿QUIÉN
FIGURA EN LAS
NOTICIAS?**



CHILE

Proyecto de Monitoreo Global de Medios 2015 Informe Nacional Chile



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



Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres



Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

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.”¹
- 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.²
- El tercer GMMP en 2005 atrajo la participación de 76 países. Fue evidente cierto avance de la presencia de las mujeres en la noticia.³ 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 cuarto GMMP en 2010 atrajo la participación de 108 países. Progresos en la presencia de las mujeres en los medios fueron evidentes.⁴ 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 informados 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

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

² Spears, George y Kasia Seydegart, Erin Research, con análisis adicional de Margaret Gallagher. *¿Quién figura en las noticias? Proyecto de monitoreo global de medios*, 2000.

³ Gallagher, Margaret. *¿Quién figura en las noticias? Proyecto de monitoreo global de medios, 2005* Asociación mundial para la comunicación cristiana (WACC)

⁴ Macharia, Sarah, Dermot O'Connor y Lilian Ndongam. *¿Quién figura en las noticias? Proyecto de monitoreo global de medios, 2010*. Asociación mundial para la comunicación cristiana (WACC)

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

- El monitoreo de medios es importante para Chile por dos razones. Una por el estado de los movimientos sociales en particular los de mujeres. La lucha por la aceptación de la diversidad sexual ha ocupado el foco y el centro de las movilizaciones. El matrimonio igualitario como demanda y el establecimiento de la unión civil dan cuenta de este trabajo. En este mismo ámbito la despenalización del aborto ocupa esfuerzos y pretende instalar el tema dicho en palabras de las activistas; mujeres por el derecho de decidir sobre lo que atañe a sus propios cuerpos. Por otro lado este país por segunda vez en su historia tiene una mujer como presidente, y también la misma persona Michelle Bachelet. En su primer período 2006-2010 implementó la paridad de género en su gabinete no lográndola totalmente ni manteniéndola en el tiempo. Campañas constantes sobre el femicidio, violencia intrafamiliar y otras parecieran no ser muy exitosas a nivel global de la sociedad chilena.
- Los medios noticiosos siguen siendo una de las principales fuentes de información y una idea nivel general 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.
- A partir de una interrumpida relación con WACC mediante proyectos e instituciones fui desafiado a participar en este proyecto. Tuve el respaldo institucional de la Comunidad Teológica Evangélica de Chile. Valoramos la importancia del GMMP pues nos permite tener el dato duro y una “fotografía” real de la situación más allá de los discursos oficiales o los pretendidos “cambios culturales” o “aperturas mentales”. Tuvimos poco tiempo para prepararnos y coordinarnos considerando que Febrero es mes de vacaciones en Chile y en marzo recién se retoman paulatinamente las actividades. Se debe destacar el activo apoyo y preocupación de María Elena Hermosilla.

Resumen ejecutivo

- Principales resultados y conclusiones de los hallazgos del GMMP en Chile.

Medios monitoreados: El monitoreo se realizó con la siguiente cobertura.

Medios tradicionales: Televisión (Canal 13, Chilevisión, La Red y TVN)

Prensa escrita (El Mercurio, La Segunda, La Tercera, Las Últimas Noticias).

Medios digitales (El Mostrador, El Dinamo, La Nación).

Se analizaron un total de 414 noticias las cuales se desglosan en

Sociales y legales	44%
Crimen/violencia	37%
Política y Gobierno	10,3%
Ciencia y Salud	0,3%
Celebridades	0,2%

En noticias de Prensa Escrita y Televisión hay un 32% de **presencia femenina**; en Internet un 24%.

Las mujeres son **fuentes de información** en las notas sobre asuntos nacionales e internacionales en los diarios de Chile; 31% de mujeres a nivel nacional y un 40% a nivel internacional. El 5% de las notas procesadas han estado a cargo de reporteras aún cuando una gran cantidad de notas no indican el género del reportero/a.

En cuanto a **puesto/ocupación de los sujetos de la noticia**. En el caso femenino el 67% son trabajadoras, artesanas, el 61% de las mujeres en las noticias no aparece ocupación, el 58% son pobladoras.

Función de los sujetos de la noticia. El 64% de las mujeres aparecen como opinión popular y el 57% como experiencia personal. El 79% de las mujeres aparecen como voceros en rol de gobernantes, políticos.

Periodistas.

En general presentadores en televisión la presencia femenina alcanza el 51% ante el 49% de hombres. En el caso de los diarios las mujeres alcanzan el 32% y los hombres el 68%.

Las reporteras cubren en un 60% las noticias sociales y legales; un 17% de noticias relacionadas a crimen y violencia. Los reporteros cubren un 49% de noticias sociales y legales y en segundo lugar Política y Gobierno.

Centralidad de las mujeres en las noticias:

El 7% de las noticias con tópico social y legal tienen a mujeres como tema central en Chile. El total de los tópicos el 3% de ellos tienen a mujer como centro.

El 40% de las noticias vinculadas a Sistema legal, judicial, la legislación al margen de la familia se refieren a equidad de género o igualdad. Igual porcentaje refiere al tópico Crimen no violento, soborno, robo, drogas, corrupción.

Solo el 7% de las noticias sociales y legales cuestionan estereotipos, aquellas que refuerzan estereotipos son el 85% de crimen y violencia.

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

Las fuentes femeninas de la noticia en las notas reportadas por mujeres en Chile son el 38%.

Las notas reportadas por las mujeres que cuestionan claramente los estereotipos de género son el 5% de las del ámbito social y legal y sólo en ese tópico

UN DÍA EN LAS NOTICIAS EN CHILE

25 de marzo de 2015. La agenda de noticias en Chile el 25 de marzo de 2015 estuvo marcada por un evento hidrometeorológico. Un inusual frente de mal tiempo (núcleo frío en altura) provocó precipitaciones en toda la región a partir del martes 23 de Marzo, generando el incremento de los caudales de los ríos y aluviones. En Copiapó había 20 años que no llovía y en otras localidades el promedio anual de precipitaciones es de 3mm, en 30 horas cayeron 30mm de lluvia. Esto provocó la crecida de los ríos Salado y Copiapó, personas aisladas por cortes de rutas y cortes de energía eléctrica. La región de Atacama fue la más afectada, sobretodo, las comunas y las localidades de Chañaral, El Salado, Diego de Almagro y Copiapó. Se reportó 28 personas fallecidas, 57 desaparecidas y un total de 29.000 damnificados.

El segundo elemento que marca la agenda hasta el día de hoy es la relación entre dinero y política. Esto tiene dos ámbitos o vertientes una el hecho de la nuera de la Presidenta resulta involucrada en una compra y venta de un terreno mediante supuesto tráfico de influencias; también el hijo de la presidenta aparece en el llamado caso Caval en alusión a la empresa que realizó estas operaciones. Lo otro es el caso de un holding (Penta) que aparece financiando irregularmente personeros políticos; esto mediante facturas y boletas por trabajos no realizados y por los cuales incluso se defrauda al fisco mediante el sistema de impuestos. La arista judicial mediante la investigación, las declaraciones, antecedentes suman día y van ocupando espacio en la agenda noticiosa.

EL CONTEXTO

- **Contexto del país:** En Chile uno de las primeras situaciones que se debe considerar es el de la propiedad de los medios de comunicación. En el caso de la prensa escrita existe un duopolio y en el caso de las radios se aplicó la lógica del mercado que ha permitido grandes cadenas poco a poco ir absorbiendo medios regionales transformándolos en meros repetidores. Aún así fueron derivando en la lucha por el “autofinanciamiento” y la tiranía de la publicidad que permitió que los grandes intereses empresariales y comerciales pauteen la agenda noticiosa. Poco a poco los medios independientes fueron desapareciendo; algunos optaron por el uso de tecnología digital y redes sociales con limitados alcances. Las radios comunitarias han disminuido a la mitad su cantidad y una nueva ley que permite pasar de Radios de Mínima Cobertura a Radios Comunitaria aún está en proceso de implementación.
- **Medios monitoreados:** El monitoreo se realizó con la siguiente cobertura.
Medios tradicionales: Televisión (Canal 13, Chilevisión, La Red y TVN)
Prensa escrita (El Mercurio, La Segunda, La Tercera, Las Últimas Noticias).
Medios digitales (El Mostrador, El Dinamo, La Nación).
En atención al equipo conformado (5 personas) se determinó monitorear aquellos medios que podrían ser analizados con posterioridad. Se compraron los periódicos de ese día, se imprimieron los medios digitales y se accedió a archivos de video de los noticieros de televisión. No se pudo hacer esto con las Radios.
La elección de los medios monitoreados dice relación con su audiencia y cobertura. En los días posteriores al 24 de Marzo el equipo trabajó en la codificación. Se codificaron 39 noticias en medios impresos, 38 noticias de Televisión y 32 noticias de medios digitales.
- **Monitores/monitoras:**
En un principio se trabajó en contactar a personas, colectivos e instituciones que pudieran ser parte de esta iniciativa se realizaron dos capacitaciones y finalmente participaron Marisol Gómez, Mariella Solari, Denisse Soto y Ana Luisa Zapata. Estas personas provienen de instancias de la Iglesia Metodista de Chile y convocadas por el coordinador del monitoreo.

TÓPICOS EN LAS NOTICIAS

- **Tópicos en las noticias:** Los temas que figuraron en las noticias el día del monitoreo en Chile fueron de acuerdo a la metodología del GMMP que clasificó las notas periodísticas:

Sociales y legales	189
Crimen/violencia	154
Política y Gobierno	43
Ciencia y Salud	15
Celebridades artes/medios/deporte	9
Economía	4
- Resultados sobre el porcentaje de notas a cargo de reporteras en Chile

Sociales y legales	7%
--------------------	----

En general el 5% de las notas han estado a cargo de reporteras.
Se debe indicar también que una gran cantidad de notas al no indicar a lo menos el nombre del reportero o reportera no se puede ni siquiera inferir su género.

¿QUIEN FIGURA EN LAS NOTICIAS?

- **En general la presencia de las mujeres en las noticias en Chile como sujetos de la noticia, reporteros/reporteras y locutores/locutoras:**
En Prensa Escrita y Televisión un 32% de presencia femenina; en Internet un 24%
 - **Presencia de mujeres y hombres como sujetos de la noticia en Chile, según el medio.**

Televisión	35%	65%
Prensa escrita	23%	77%
Prensa Digital	24%	76%
 - **Fuentes de las noticias:**
Resultados del análisis del número de mujeres y hombres que fueron sujeto de la noticia citadas/citados como fuentes de información en las notas sobre asuntos nacionales e internacionales en los diarios de Chile
31% de mujeres a nivel nacional
40% a nivel internacional.
 - **¿Quiénes son los sujetos de la noticia?:**
Sobre el puesto/ocupación de los sujetos de la noticia
En el caso femenino el 67% son trabajadoras, artesanas, el 61% de las mujeres en las noticias no aparece ocupación, el 58% son pobladoras.
 - **Función de los sujetos de la noticia femenino y masculino**
El 64% de las mujeres aparecen como opinión popular y el 57% como experiencia personal.
El 79% de las mujeres aparecen como voceros en rol de gobernantes, políticos.
- Construyendo “víctimas” en las noticias:**
Resultados sobre los sujetos de la noticia femenino y masculino a los que se presenta como víctimas en Chile.
- | | |
|---|--------------------------|
| Victimas de accidentes, desastres naturales, pobreza. | 73% Mujeres, 62% Hombres |
| Victimas de otros crímenes no domésticos, robos, etc. | 9% mujeres, 15% hombres. |
| Victimas de violencia domestica, violación, asesinato, etc. | 5% mujeres |
- El mismo porcentaje (5%) para Victimas de discriminación basada en género, raza, etnia, edad, religión, etc.
- **Representación como "sobrevivientes" en las noticias:**
Resultados en temas de noticias femeninas y masculinas son retratadas como sobrevivientes en Chile.

Sobreviviente de accidente, desastre natural, pobreza.	75% Mujeres, 55% Hombres
Sobreviviente de otros crímenes no domesticos, robo, etc.	8% mujeres, 9% hombres

- **Identidad y relación familiar en las noticias:**
Resultados de los sujetos de la noticia femenino y masculino identificados por relación familiar en Chile. El 15% de las mujeres y el 5% de los hombres son identificados por relación familiar en las noticias.
- **Imágenes en las noticias:**
Los sujetos de la noticia femenino y masculino que aparecen en las fotografías de los diarios son 24% mujeres y 19% hombres.

PERIODISTAS

- **En general presentadores:**
En televisión la presencia femenina alcanza el 51% ante el 49% de hombres. En el caso de los diarios las mujeres alcanzan el 32% y los hombres el 68%.
- **Edad de los/las presentadores y reporteros/reporteras:**
La edad de las presentadoras en un 86% está en el rango de los 35-49 años de edad. En el caso de reporteros/reporteras en la TV el 36% de las mujeres y el 33% de los varones están en el rango de los 19-34 años. Aún cuando el 64% de las mujeres y el 43% de hombres no se puede inferir edad.
- **Reporteras/reporteros, por alcance:**
En la cobertura de noticias nacionales las reporteras alcanzan un 89% y los reporteros un 88% de ellas. En noticias locales un 3% y 2% respectivamente. En el caso de noticias internacionales el 9% y 8% en el mismo orden. En total mujeres aparecen cubriendo el 41% de las historias.
- **Reporteras/reporteros, por tema principal.**
Las reporteras cubren en un 60% las noticias sociales y legales; un 17% de noticias relacionadas a crimen y violencia. Los reporteros cubren un 49% de noticias sociales y legales y en segundo lugar Política y Gobierno.

GÉNERO Y NOTICIAS

- **Centralidad de las mujeres en las noticias:**
El 7% de las noticias con tópico social y legal tienen a mujeres como tema central en Chile. El total de los tópicos el 3% de ellos tienen a mujer como centro.
- **Notas que destacan temas de equidad de género o desigualdad**
El 40% de las noticias vinculadas a Sistema legal, judicial, la legislación al margen de la familia se refieren a equidad de género o igualdad. Igual porcentaje refiere al tópico Crimen no violento, soborno, robo, drogas, corrupción.
Debe destacarse que solo el 20% de noticias relativas a cambio de las relaciones de género (fuera del hogar) se vincula directamente a equidad o desigualdad de género
- **¿Cuestionan o refuerzan estereotipos?**
Solo el 7% de las noticias sociales y legales cuestionan estereotipos, aquellas que refuerzan estereotipos son el 85% de crimen y violencia.
- **¿El sexo de reporteros/as hace una diferencia para las dimensiones de género de un reportaje?**
 - Las fuentes femeninas de la noticia en las notas reportadas por mujeres en Chile son el 38%.
 - Hay una diferencia entre la proporción de las notas reportadas por las mujeres que tienen las mujeres como foco central y las reportadas por los hombres. Estos tienen un 39% de fuentes femeninas.
 - Las notas reportadas por las mujeres que plantean cuestiones de igualdad o desigualdad son el 67% del ámbito legal y judicial. No hay notas reportadas por los hombres en esta línea.

- Las notas reportadas por las mujeres que cuestionan claramente los estereotipos de género son el 5% de las del ámbito social y legal y sólo en ese tópico,

TENDENCIAS EN LA PRESENTACIÓN DEL GÉNERO EN LAS NOTICIAS EN INTERNET

Reseña: El mundo de noticias digitales

- Internet – Temas principales:

Sociales y legales	44%
Crimen y Violencia	38%
Política y Gobierno	9%
Ciencia y Salud	9%

Sujetos noticiosos en el mundo digital

- Internet – Presencia general de las mujeres
24%
- Internet - Funciones de los sujetos de noticias

68% Sujetos
32% Voceros
1% Expertos o comentaristas
- Internet – Sujetos de noticias identificados por su situación familiar
14% de las mujeres. 86% de los varones
- Internet – Edad de sujetos de noticias
67% Mujeres entre 35-49 años. 33% hombres en el mismo rango
21% mujeres y 79% en aquellos que no indican edad
- Internet – Sujetos de noticias quien son directamente mencionados
29% Mujeres 71% Hombres

Periodistas en espacios digitales

- Internet - Mujeres periodistas en los reportajes principales

21% en Social y Legal
17% en Crimen y Violencia
100% en Ciencia y Salud
- Internet – Selección de los sujetos de noticias.

Reporteras	36%	Mujeres	22%	Varones
Reporteros	64%	Mujeres	78%	varones

Género en las noticias digitales

- En internet no hay referencia a la igualdad de género/políticas de derechos humanos
No hay Reportajes donde se plantean cuestiones de igualdad/desigualdad de género por tema
No hay Reportajes donde los estereotipos son claramente desafiados
- Internet -Reportajes con mujeres como foco central
50% de las noticias relativas a Desastres, accidentes, hambre, inundación, accidente de avión, etc.

33% de noticias con t3pico Control de Natalidad, Fertilidad, Esterilizaci3n, etc.
17% de noticias relativas a Cr3menes violentos, Asesinatos, secuestros, asaltos, etc.

Resumen de los resultados

Una apreciaci3n global sobre el monitoreo en internet nos da resultados que son similares a los medios convencionales en cuanto a temas, edades,
La representaci3n de las mujeres (24%) incluso es inferior a medios tradicionales. (32%).

RESUMEN Y CONCLUSIONES

¿Qu3 le dicen a usted los hallazgos que arroj3 el monitoreo de la cobertura que los medios hacen de mujeres y hombres en su pa3s?

Los hallazgos nos muestran que m3s all3 de los discursos u opiniones triunfalistas el dato duro nos habla de enormes brechas y desigualdad entre hombres y mujeres en los medios de comunicaci3n. No basta con declaraciones o incluso el hecho de elegir una presidenta mujer en dos ocasiones. El estado chileno incorpor3 a partir de los a3os noventa un enfoque de g3nero en las pol3ticas pero a este nivel pareciera no existir cambios culturales. El abordaje, fuentes de noticias, representaci3n, edades, im3genes refuerzan estereotipos y no cuestionan ni desaf3an estos.

No tenemos datos ni comparaciones con monitoreos anteriores pero esto no permite constatar y considerarlos como un punto de partida o referencia.

En conversaciones con el equipo de monitoreo ellas relevaron primeramente la importancia de la adquisici3n de esta 3ptica o herramienta y sus implicaciones. Cualquier esfuerzo y trabajo en la promoci3n de la libertad de expresi3n de las mujeres, la promoci3n de la igualdad de g3nero y el periodismo 3tico de g3nero debiera comenzar desde estos “anteojos” como referencia.

ACCIONES EN LA ERA POST-2015: Un plan quinquennal

¿Qu3 se puede hacer en su pa3s durante los pr3ximos cinco a3os para promover una representaci3n justa y equilibrada de mujeres y hombres en las noticias?

Pareciera que la incorporaci3n y profundizaci3n del enfoque de G3nero es algo que se detuvo o no est3 “aterrizando”. Esto va ligado al trabajo que permita que todas las personas (hombre y mujeres) poco a poco dejen de ser meros objetos o receptores y progresivamente se transformen en sujetos.

Para esto se debe comenzar con la Educaci3n, formal e informal en todos sus estamentos. El avance de algunas leyes u otras medidas solo tendr3n alcance limitado.

Lo otro relevante es que a partir de la difusi3n de este informe ya se ha generado dialogo y discusi3n en instancias y lugares donde ser3 compartido. Esto deber3 sistematizarse y procurar darle continuidad. Tambi3n esperamos en instancias pol3ticas (Ministerio de la Mujer) plantear los resultados como una preocupaci3n y desaf3o.

Anexo 1. Metodología

A cada país participante se le asignó un número específico de diarios, así como radionoticieros 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 Africa del Sur fue responsable para la gestión y el procesamiento de los datos.

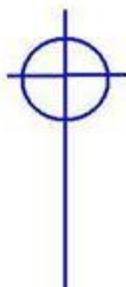
Un análisis en profundidad y más matizado de noticias seleccionadas examinó los medios, temas y patrones de género en las noticias. Este análisis cualitativo tomó en consideración el papel que desempeña el ángulo en la noticia, el lenguaje y la representación visual para elaborar y sostener o cuestionar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

- Marisol Gómez Santibáñez
- Mariella Solari Puebla
- Denise Soto Vergara
- Ana Luisa Zapata Higuera

WACC



WACC
308 Main Street
Toronto
ON M4C 4X7
Canadá

Tel: +1 416 691 1999
Fax: +1 416 691 1997
gmmp@waccglobal.org;
www.whomakesthenews.org
www.waccglobal.org

COMUNIDAD TEOLOGICA
EVANGELICA DE CHILE

Domeyko 1938
Tel: 56 2 26970630
www.ctedechile.cl